

Pelatihan Digital Marketing Berbasis Smartphone Untuk Membangun Kemandirian Ekonomi Pada Komunitas Tuli Gresik

¹**Supriyanto***

Prodi Manajemen Pendidikan
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Surabaya
Jl. Lidah Wetan, Surabaya 60213,
Indonesia
supriyantosupriyanto@unesa.ac.id

²**Hafid Kholidi Hadi**

Prodi Bisnis Digital
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Negeri Surabaya
Jl. Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia
hafidhadi@unesa.ac.id

³**Ima Kurrotun Ainin**

Prodi Pendidikan Luar Biasa
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Surabaya
Jl. Lidah Wetan, Surabaya 60213,
Indonesia
imakurrotun@unesa.ac.id

⁴**Hitta Alfi Muhimmah**

Prodi PGSD
Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Surabaya
Jl. Lidah Wetan, Surabaya 60213,
Indonesia
hittamuhimmah@unesa.ac.id

⁵**Muh Ariffudin Islam**

Prodi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Surabaya
Jl. Lidah Wetan, Surabaya 60213,
Indonesia
muhariffudin@unesa.ac.id

Abstract

Gresik Deaf Community (Kotugres) is a community of young and productive deaf people who need to receive smartphone-based digital marketing training to support their economic independence. This training can also be used as a strategy to empower Kotugres from unfavorable conditions such as negative stigma from society, discrimination, neglect and even economic and social marginalization. Kotugres' products need to be marketed digitally after the manual/offline business process stagnates due to changes in people's mindsets that are starting to abandon offline shopping habits and tend to increase interest in online shopping, especially the post-COVID-19 pandemic recovery situation which has not yet subsided 100% makes smartphone-based digital marketing platforms increasingly needed and favored by the community. The method of implementing activities consists of the stages of need assessment, program planning, program implementation, and program evaluation. The results of the implementation of activities are significant positive impacts in the form of increased interest, knowledge and abilities of Kotugres members in carrying out smartphone digital marketing. To ensure the continuity of the impact of training activities, cooperation is needed with partners who can continue the implementation of the program continuously to maintain the long-term impact of the training.

Keywords: digital marketing, smartphone, economic independence, deaf disability, deaf community

Abstrak

Komunitas Tuli Gresik (Kotugres) merupakan komunitas masyarakat tuli dengan usia muda dan produktif yang perlu mendapatkan pelatihan digital marketing berbasis smartphone untuk mendukung kemandirian ekonominya. Pelatihan ini juga dapat digunakan sebagai salah satu strategi untuk memberdayakan Kotugres dari kondisi yang tidak menguntungkan seperti stigma negatif dari masyarakat, diskriminasi, pengabaian hingga termarginalisasi secara ekonomi dan sosial. Produk karya Kotugres perlu dipasarkan secara digital setelah proses bisnis secara manual/offline mengalami stagnasi karena perubahan mindset masyarakat yang mulai meninggalkan kebiasaan belanja secara offline dan cenderung meningkatnya animo belanja secara online, terlebih situasi pasca pemulihan pandemi Covid-19 yang belum 100% reda membuat platform digital marketing berbasis smartphone semakin dibutuhkan dan digemari masyarakat. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari tahap need assesment, perencanaan program, pelaksanaan program, dan evaluasi program. Hasil pelaksanaan kegiatan yaitu adanya dampak positif yang signifikan berupa peningkatan minat, pengetahuan dan kemampuan anggota Kotugres dalam melakukan digital marketing berbasis smartphone. Untuk menjamin kontinuitas dampak kegiatan pelatihan diperlukan kerjasama dengan mitra yang dapat meneruskan pelaksanaan program secara berkesinambungan untuk menjaga dampak jangka panjang dari pelatihan.

Kata Kunci: digital marketing, smartphone, kemandirian ekonomi, disabilitas tuli, komunitas tuli

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi masyarakat yang adil merupakan kunci menciptakan kesejahteraan sosial dan kemakmuran secara umum bagi masyarakat Indonesia (Nasution, 2017). Sasaran pembangunan ekonomi melibatkan masyarakat Indonesia tanpa pengecualian, baik masyarakat normal maupun disabilitas yang selama ini masih banyak tertinggal, belum mandiri dan berdaya. Masyarakat disabilitas tergabung dalam beberapa komunitas sesuai dengan jenis ketunaannya, sehingga upaya pemberdayaannya harus menyesuaikan karakteristik masing-masing komunitas. Salah satu komunitas disabilitas yang ada di Kabupaten Gresik yaitu Komunitas Tuli Gresik (Kotugres). Kotugres merupakan kelompok masyarakat disabilitas di Kabupaten Gresik yang sudah memiliki struktur kepengurusan. Komunitas ini perlu untuk diberikan pelatihan untuk mendukung kemandirian ekonominya. Pelatihan ini juga dapat digunakan sebagai salah satu strategi untuk memberdayakan Kotugres dari kondisi yang tidak menguntungkan seperti stigma negatif dari masyarakat, diskriminasi, pengabaian hingga termarginalisasi secara ekonomi dan sosial.

Kotugres berdiri atas rintisan atau inisiasi dari ibu Innik Hikmatin yang merupakan mantan kepala UPT *Resources Centre* Anak Berkebutuhan Khusus Gresik (UPT RC) yang juga ketua Yayasan Baitul Insan Nur Gresik. Dalam kegiatan sehari-hari, Kotugres banyak berkegiatan di Yayasan Baitul Insan Nur yang berlokasi di Desa Golokan Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik dan mayoritas bersekolah di SMA Muhammadiyah 1 Gresik. Berdasarkan studi pendahuluan diketahui bahwa Komunitas Tuli Gresik (Kotugres) telah mendapatkan beberapa pelatihan kewirausahaan, misalnya pelatihan membuat desain baju oleh rumah mode *Esmode* Jakarta, pelatihan membuat sablon oleh PT Pertagas, pelatihan membuat kerajinan tas ramah lingkungan dari PT Garuda *Food*, dan pelatihan pameran dan pemasaran secara luring dengan gallery oleh Dompot Dhuafa. Untuk fasilitas diberikan oleh PT Pertamina berupa peralatan menjahit dan sablon lengkap (Fajriyah Usman, 2020). Berbagai kegiatan ini terselenggara atas kerjasama Yayasan Baitul Insan Nur Kabupaten Gresik dengan berbagai mitra.

Dari berbagai kegiatan tersebut diketahui bahwa sebenarnya Kotugres telah mendapatkan berbagai kompetensi untuk membuat produk barang maupun jasa. Oleh karena itu untuk meningkatkan kemandirian ekonomi, berbagai produk tersebut perlu dipasarkan, baik secara *offline* maupun *online* dalam *platform* digital (Tayibnapis et al., 2019; Prastyaningtyas & Arifin, 2019). Namun demikian, pelatihan yang selama ini diberikan masih sebatas pelatihan pemasaran secara *offline* dalam bentuk gallery. Hal ini tentu kurang optimal karena sekarang sudah masuk era digital, terlebih dalam masa pasca pandemi covid-19 yang masih belum sepenuhnya reda sehingga *platform* secara digital sangat diperlukan (Fakhriyyah & Wulandari, 2021).

Hal tersebut didukung pemuda/i yang tergabung dalam Kotugres sudah sangat familier dengan dunia teknologi. Mereka mampu mengoperasikan komputer, berselancar di *website*, hingga memiliki berbagai media sosial. Namun, selama ini masih dimanfaatkan hanya untuk hiburan, belum terpikirkan untuk kepentingan bisnis dari berbagai produk karya mereka sehingga pelatihan digital marketing ini sangat bermanfaat. Dengan demikian, penting untuk memberikan pelatihan digital marketing bagi Komunitas Tuli Gresik sebagai salah satu inovasi untuk memberikan nilai tambah dan nilai ekonomis terhadap karya mereka. Harapannya terbangun kemandirian ekonomi pada Kotugres. Kegiatan PKM ini akan dilakukan dengan Yayasan Baitul Insan Nur sebagai lembaga yang menginisiasi pembentukan kotugres dan merupakan pembina terhadap Kotugres.

Mitra dalam kegiatan PKM ini adalah Yayasan Baitul Insan Nur Gresik dan SMA Muhammadiyah 1 Gresik sebagai Lembaga Pendidikan formal yang banyak memiliki siswa anggota

Kotugres. Berdasarkan hasil studi pendahuluan diketahui bahwa permasalahan umum yang dialami yayasan selaku mitra adalah tidak adanya personel yang memiliki pengetahuan dan kompetensi tentang digital marketing yang diperlukan untuk memasarkan dan diversifikasi berbagai produk karya Kotugres. Padahal kemampuan tersebut sangat dibutuhkan mengingat saat ini terjadi stagnasi dalam upaya membisniskan produk-produk karya Kotugres. Kotugres berhenti memproduksi berbagai produk karena kesulitan memasarkan apalagi pada masa pasca Pandemi Covid-19 yang belum sepenuhnya redah. Dari aspek ekonomi kondisi ini sangat membahayakan sebab meningkatkan jumlah anggota Kotugres yang menjadi pengangguran (*jobless*) dan berpotensi menimbulkan masalah sosial ekonomi.

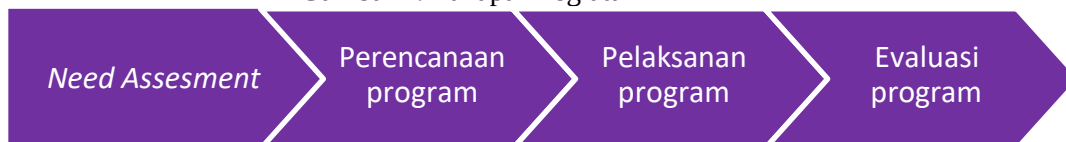
Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, tim PKM bersama mitra telah menentukan skala prioritas dalam pelaksanaan PKM yaitu memberikan pelatihan digital marketing. Produk karya Kotugres perlu dipasarkan secara digital setelah proses bisnis secara manual/*offline* mengalami stagnasi karena perubahan *mindset* masyarakat yang mulai meninggalkan kebiasaan belanja secara *offline* dan cenderung meningkatnya animo belanja secara *online*, terlebih situasi pasca pandemi Covid-19 yang belum redah membuat *platform* digital marketing semakin dibutuhkan dan digemari masyarakat.

METODE

1. Tahapan Atau Langkah-Langkah yang Ditempuh Guna Melaksanakan Solusi atas Permasalahan Spesifik yang Dihadapi

Pelaksanaan program “Pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* untuk membangun kemandirian ekonomi pada komunitas tuli Gresik” dilakukan melalui beberapa tahapan/langkah. Tahapan tersebut digambarkan dalam bagan dibawah ini:

Gambar 1. Tahapan kegiatan PKM



a. Tahap *Need Assesment*

Pada tahap ini tim melakukan survai sebagai bahan untuk melakukan analisis kebutuhan. Pada tahap ini diperoleh informasi tentang permasalahan yang dihadapi mitra yang dapat digunakan sebagai bahan dalam merencanakan kegiatan PKM. Hasil *need assesment* disampaikan kepada mitra untuk mendapat *review*.

b. Tahap Perencanaan Program

Pada tahap perencanaan program tim PKM membuat berbagai rencana kegiatan berdasarkan hasil *need assesment*. Hasilnya dituangkan dalam bentuk proposal kegiatan PKM.

c. Tahap Pelaksanaan Program

Tahap ketiga adalah tahap pelaksanaan program, dalam tahap ini dilakukan kegiatan pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* (partisipan sudah dipastikan yang punya *smartphone*) untuk membangun kemandirian ekonomi pada komunitas tuli Gresik. Kegiatan dilakukan secara berkelanjutan dengan pendampingan setelah pelatihan.

d. Tahap Evaluasi Program

Tahapan paling akhir adalah tahap evaluasi. Program kegiatan yang telah dilaksanakan dievaluasi, mulai dari kegiatan perencanaan hingga pada kegiatan pendampingan penyusunan proposal. Hal-hal yang dianggap kurang efektif dalam pelaksanaan dianalisis, dicatat, dan dijadikan dasar dalam melaksanakan program yang serupa di masa yang akan datang. Selain itu, tim pengabdian kepada masyarakat juga menyusun laporan kegiatan akhir sebagai bentuk pertanggungjawaban tim

terhadap Universitas Negeri Surabaya dalam melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

2. Metode Pendekatan yang Ditawarkan Untuk Menyelesaikan Persoalan

Kegiatan ini dilakukan dengan metode tatap muka secara langsung, dimana pelatihan dilakukan di Aula SMA Muhammadiyah 1 Gresik. Pemateri dan peserta bertemu secara langsung dengan tetap mematuhi protokol kesehatan sesuai dengan ketentuan pada kegiatan tatap muka langsung yang diadakan pada masa pasca pandemi Covid-19 yang belum sepenuhnya tuntas. Metode luring atau tatap muka langsung ditempuh mengingat kegiatan pelatihan digital marketing berbasis smartphone merupakan kegiatan yang melibatkan pembelajaran teori dan praktik sehingga efektivitas pembelajaran dapat tercapai melalui pembelajaran luring atau tatap muka langsung (Hikmat et al., 2020).

3. Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program

Partisipasi masyarakat pada kegiatan ini adalah mitra kerjasama kegiatan PKM yaitu Yayasan Baitul Insan Nur Gresik dan SMA Muhammadiyah 1 Gresik. Yayasan tersebut menjadi mitra untuk me-review berbagai materi yang diberikan dalam pelatihan, sedangkan sekolah menyediakan sarana dan prasarana sarana ruang pelatihan, layanan WIFI, dan sarana prasarana lainnya untuk mendukung kegiatan PKM. Selain itu, kedua lembaga ini juga menjadi komunikator dan mediator dengan komunitas tuli Gresik (Kotugres). Hal tersebut ditunjukkan dengan kesediaan mitra untuk menjalin kerjasama dengan Tim PKM UNESA.

4. Evaluasi Program pelaksanaan program dan keberlanjutan program setelah selesai kegiatan PKM dilaksanakan

Kegiatan evaluasi program dilakukan dengan menghimpun feedback dari peserta kegiatan pelatihan digital marketing. Feedback diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada peserta di akhir kegiatan. Selain itu kegiatan evaluasi dilakukan setelah program berlangsung dengan memberikan *follow up* sebagai keberlanjutan program. Keberhasilan program dapat dilihat dari keterlibatan peserta dalam program, terbentuknya pengetahuan dan keterampilan baru dalam digital marketing berbasis smartphone, serta peningkatan omzet bisnis masyarakat anggota Kotugres.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan

Pada metode pelaksanaan PKM ini, dilaksanakan sesuai tahapan yang telah tersusun mulai dari: tahapan *need assesment*, pada tahap ini diperoleh informasi tentang permasalahan yang dihadapi mitra yang digunakan sebagai bahan dalam merencanakan kegiatan PKM. Hasil dari *need assesment* disampaikan kepada mitra untuk mendapat *review*. Selanjutnya dilaksanakan tahap perencanaan program, dimana tim PKM membuat berbagai rencana kegiatan berdasarkan hasil *need assesment*. Hasilnya dituangkan dalam bentuk proposal kegiatan PKM dan dievaluasi secara berkala melalui monitoring evaluasi kemajuan dan monitoring evaluasi akhir. Tahapan berikutnya adalah pelaksanaan program, dalam tahap ini dilakukan kegiatan pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* untuk membangun kemandirian ekonomi pada komunitas tuli Gresik.

Kegiatan dilakukan secara berkelanjutan dengan pendampingan setelah pelatihan. Materi pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* mencakup: 1) Strategi pemasaran digital; 2) Search Engine Optimazation; 3) Pay Per Click; 4) E-Commerce; 5) Sosial media marketing; 6) Email marketing; 7) Web analytics; 8) Mobile marketing dan 9) Desain brand. Pada tahap akhir dilakukan evaluasi mulai dari kegiatan perencanaan hingga pada kegiatan pendampingan penyusunan proposal.

Hal-hal yang dianggap kurang efektif dalam pelaksanaan dianalisis, dicatat, dan dijadikan dasar dalam melaksanakan program yang serupa di masa yang akan datang. Pelaksanaan Kegiatan PKM “Pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* untuk Komunitas Tuli Gresik” telah dilaksanakan dengan lancar. Bemodalkan surat kerjasama mitra, sehingga tim PKM Unesa dengan didampingi oleh mitra yaitu ketua UPT RC melaksanakan kegiatan pelatihan secara maksimal, lancar dan bertanggungjawab. Selain itu, tim PKM juga menyusun laporan kemajuan dan laporan akhir sebagai wujud pertanggungjawaban tim terhadap Universitas Negeri Surabaya yang telah melaksanakan kegiatan PKM sebagai bentuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Berikut bukti dokumentasi kegiatan Pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* untuk membangun kemandirian ekonomi pada komunitas tuli Gresik:



Gambar 2 Pelatihan digital marketing berbasis *smartphone*

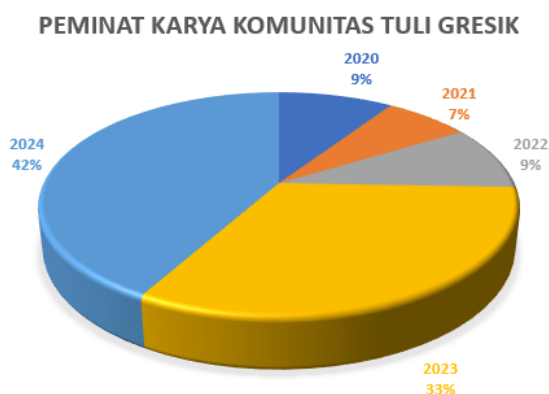
Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

Gambar diatas merupakan pemaparan materi pelatihan mengenai digital marketing berbasis *smartphone*, yang kemudian dilanjutkan dengan materi *Search Engine Optimazation* dan materi-materi selanjutnya. Pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* bagi komunitas tuli Gresik diajarkan baik secara teori dan praktik mengenai *Pay Per Click’ E-Commerce* dan Sosial media marketing. narasumber kali ini menyampaikan materi dan membimbing pelatihan mengenai: *Web analytics; Mobile marketing* dan Desain brand. Peserta juga diajarkan simulasi menggunakan *marketplace* yang secara umum sering dijumpai dalam keseharian serta cara mendisplay produk hasil karya mereka. Hal ini diharapkan mampu mendongkrak perekonomian seiring berkembangnya era persaingan bebas di era gempuran teknologi digital, menghadapi krisis ekonomi global serta fakta menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing untuk pemasaran produk dan jasa terbukti mampu meningkatkan penghasilan UMKM hingga sampai 26% (Abdurrahman et al., 2020).

2. Hasil Kegiatan

Hasil dari kegiatan PKM ini dapat dilihat dari terlaksananya kegiatan PKM dengan mitra secara lancar. PKM yang diselenggarakan melalui kegiatan pelatihan digital marketing berbasis

smartphone pada komunitas tuli di Gresik membawa dampak besar yakni menghasilkan produk-produk karya dari Kotugres, yang pemasarannya dilakukan dengan memanfaatkan digital marketing berbasis *smartphone*. Terdapat perbedaan dalam mendistribukan atau mengenalkan dan menjual produk-produk hasil karya komunitas tuli Gresik, sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan, terlihat dari diagram peminat produk dari komunitas tuli Gresik berikut ini:



Gambar 3. Diagram Peminat Karya Komunitas Tuli Gresik

Terlihat jelas pada diagram lingkaran diatas menunjukkan bahwa peminat karya dari komunitas tuli Gresik mengalami peningkatan yang sangat signifikan pada tahun (2023-2024) pasca dilakukan pelatihan digital marketing oleh Tim PKM dari Unesa. Jika ditinjau dari solusi dan target luaran yang telah dituliskan dan direncanakan, maka pelaksanaan kegiatan PKM Pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* untuk Komunitas Tuli Gresik yang bermitra dengan ketua UPT RC akan mensubmit artikel pada jurnal *Abimanyu: Journal of Community Engagement* sebagai bentuk luaran publikasi ilmiah. Selain itu ada pula publikasi di media massa *beritajatim.com* saat ini sedang proses penerbitan artikel di media massa. Masih berkaitan dengan luaran PKM Pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* untuk Komunitas Tuli Gresik, bukti dokumentasi pelaksanaan kegiatan PKM juga diunggah pada laman YouTube yang berjudul Pelatihan Digital Marketing Berbasis *Smartphone* Membangun Kemandirian Ekonomi Komunitas Tuli Gresik, dengan link sebagai berikut: <https://www.youtube.com/watch?v=ZEZT36bcN-Q>.

Dari keseluruhan hasil kegiatan PKM Pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* untuk Komunitas Tuli Gresik, telah banyak memberikan dampak positif serta peningkatan omzet pada mitra yang bergerak dalam bidang ekonomi melalui penjualan secara online menggunakan platform marketplace seperti (shopee, tokopedia, bukalapak, dll) untuk mendisplay produk yang telah dihasilkan. Serta tidak pula tertinggal dampak positif lainnya yang dapat dirasakan oleh Komunitas Tuli Gresik adalah meningkatnya pemahaman dan keterampilan mereka setelah mengikuti pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* yang diselenggarakan oleh Tim PKM Unesa. Hal ini sesuai dengan gagasan menurut (Junaedi et al., 2021) memiliki pengetahuan, keterampilan tentang (1). Adanya potensi wisata dengan tersedianya informasi center, (2). Ada integrasi seluruh komponen potensi desa dalam satu program desa wisata, (3). Ada media promosi (*Website*) sebagai bahan digital marketing, dan (4). Memiliki pengetahuan pemasaran digital sebagai bahan promosi.

Hasil kegiatan PKM lainnya berupa laporan akhir sebagai bentuk tanggungjawab Tim PKM ke Universitas. Penggunaan media promosi digital, seperti media sosial, dan platform e-commerce,

memungkinkan komunitas tuli Gresik untuk mencapai pasar yang lebih luas dan menjangkau pelanggan potensial di luar wilayah lokal. Digital marketing juga membantu meningkatkan visibilitas dan keberlanjutan usaha yang telah digagas oleh komunitas tuli Gresik. Harapan kedepannya mereka mampu menguasai keterampilan digital marketing dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar (Zubaida, dkk. 2023).

PENUTUP

Terlaksananya kegiatan PKM pelatihan digital marketing berbasis *smartphone* bagi Komunitas Tuli Gresik (Kotugres) dalam upaya meningkatkan kemandirian ekonomi mereka. Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), pelatihan ini berhasil dilaksanakan dengan sukses dan memberikan dampak positif yang signifikan, termasuk peningkatan omzet pada tahun (2024) dan pemahaman dalam digital marketing berbasis *smartphone* bagi Komunitas Tuli di Kabupaten Gresik yang dijadikan mitra dalam PKM ini. Kedepannya pelaksanaan PKM atau kegiatan serupa, disarankan untuk terus memperluas jangkauan publikasi ilmiah nasional bereputasi, serta mempertimbangkan penerapan strategi digital marketing yang lebih luas. Selain itu, penting untuk memperkuat kerjasama dengan mitra dan memastikan adanya evaluasi yang komprehensif terhadap dampak jangka panjang dari pelatihan ini terhadap kemandirian ekonomi Komunitas Tuli Gresik. Perlu dilakukan pendampingan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Fajriyah Usman. (2020). Kotugres lahirkan karya fashion yang memukau. *Pertamina News*, 10. <https://www.pertamina.com/id/news-room/csr-news/kotugres-lahirkan-karya-fashion-yang-memukau>
- [2]. Fakhriyyah, D. D., & Wulandari, Y. (2021). Sosialisasi digital marketing dan inovasi produk pada ukm gula merah guna mempertahankan ekonomi di masa pandemi covid-19. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat(JP2M)*, 1(4), 311–317.
- [3]. Hikmat, H., Hermawan, E., Aldim, A., & Irwandi, I. (2020). Efektivitas pembelajaran daring selama masa pandemi Covid-19: Sebuah survey online. *LP2M*.
- [4]. Nasution, D. (2017). Sistem perekonomian untuk mewujudkan kesejahteraan sosial sesuai undang-undang dasar negara Republik Indonesia Tahun 1945. *Kebijakan Pemerataan Ekonomi Untuk Mencapai Pertumbuhan Ekonomi Nasional Yang Berazaskan Demokrasi Dan Berbasis Ekonomi Pasar Yang Adil*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-langkah-pemerintah-wujudkan-pemerataan-ekonomi/>
- [5]. Prastyaningtyas, E. W., & Arifin, Z. (2019). Pentingnya pendidikan kewirausahaan pada mahasiswa dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai upaya menghadapi revolusi 4.0. *Proceedings of the ICECRS*, 2(1), 281–285.
- [6]. Tayibnapis, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2019). *Pentingnya inovasi dan kreatifitas era teknologi digital*. <http://repository.ubaya.ac.id/36533/>
- [7]. Zubaida, siti, dkk.(2023). *Dampak positif digital marketing dalam meningkatkan perekonomian pengrajin bubut kayu di kecamatan kasiman Kabupaten Bojonegoro*. <https://publikasiilmiah.unwahas.ac.id/KNBESI/article/view/10460>