

Implementasi Pelatihan Talent Scouting Academy Dalam Menumbuhkan Kewirausahaan bagi Guru PPG

R. Hurriyati¹, Disman, L.A. Wibowo, A.B. Sholeh & R.D.I.Z.F. Sulaksana

Universitas Pendidikan Indonesia

ratih@upi.edu

Abstract: *The potential for Indonesia's digital economy is considered enormous, but it cannot be realized without the availability of skilled and knowledgeable human resources. Recognizing that the need for a workforce with digital skills is enormous, the Ministry of Communication and Informatics has shown concern for this issue from the start and has collaborated with various parties in the Digital Talent, Cyber Creation, Digital Talent Scholarship, and Digital Leadership Academy programs. The Talent Scouting Academy (TSA) program is one of the academies in the Digital Talent Scholarship (DTS) program. TSA is competency enhancement and global certification opportunities for selected final year students. By participating in the Talent Scouting Academy (TSA) - Master Card Academy Training program, it is hoped that PPG BDP teachers in West Java can act as mentors who lead students to become human resources who are skilled in entrepreneurship and have good digital skills.*

Keywords: Entrepreneurship; PPG; Talent Scouting Academy; TSA.

Abstrak: Potensi ekonomi digital Indonesia dianggap sangat besar, akan tetapi tidak dapat terwujud tanpa adanya ketersediaan sumber daya manusia yang terampil dan berpengetahuan luas. Menyadari kebutuhan akan tenaga kerja yang memiliki keterampilan digital sangat besar, Kominfo telah menunjukkan perhatiannya terhadap masalah ini sejak awal dan telah berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam program Digital Talent, Siber Creation, Digital Talent Scholarship, dan Digital Leadership Academy. Program Talent Scouting Academy (TSA) adalah salah satu akademi pada program Digital Talent Scholarship (DTS). TSA adalah peningkatan kompetensi dan pemberian kesempatan sertifikasi global bagi mahasiswa tingkat akhir yang terseleksi. Dengan mengikuti program Pelatihan Talent Scouting Academy (TSA) - Master Card Academy diharapkan guru-guru PPG BDP yang ada di Jawa Barat dapat berperan sebagai mentor yang mengantarkan siswa siswa menjadi sumber daya manusia yang terampil dalam berwirausaha dan memiliki keterampilan digital yang baik.

Kata Kunci: Kewirausahaan; PPG; Talent Scouting Academy; TSA.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis terus mengalami perubahan dan perkembangan yang semakin pesat, salah satunya disebabkan oleh internet (Hakim dan Deswindi, 2015). Internet memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh unit bisnis (Gangeshwer, 2013). Internet dan teknologi membuat setiap aspek dari perilaku konsumen cepat berubah (Hawkins, 2010). Konsumen berteknologi kini terlibat dengan penjual secara berjauhan dan tidak bertemu secara fisik (Livingstone, 2015). Berbagai kemudahan yang ditawarkan diantaranya menjangkau pasar baru, biaya relatif rendah, dan penawaran produk secara unik, membuat internet menjadi media yang sangat berbeda dan memerlukan cara baru untuk memahami segmentasinya (Monuwe, 2005; Durkan, et. al, 2003; Gangeshwer, 2013; Gilmore et. al, 2008). Kondisi perubahan yang terjadi melalui internet membentuk dua tren jangka panjang yang sangat penting dalam dunia bisnis, yaitu pergeseran ekonomi dari barang, jasa menuju ekonomi informasi dan jaringan elektronik (Jiang dan Rosenbloom, 2005).

Potensi ekonomi digital Indonesia juga dianggap sangat besar, akan tetapi tidak dapat terwujud tanpa adanya ketersediaan sumber daya manusia yang terampil dan berpengetahuan luas. Menyadari kebutuhan akan tenaga kerja yang memiliki keterampilan digital sangat besar, Kominfo telah menunjukkan perhatiannya terhadap masalah ini sejak awal dan telah berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam program Digital Talent, Siber Creation, Digital Talent Scholarship, dan Digital Leadership Academy. (Johnny G. Plate, Menteri Komunikasi dan Informatika).

Hal ini dibuktikan dengan survey yang mengemukakan bahwa antar tahun 2015 s.d. 2030, Indonesia diprediksi akan mengalami kekurangan tenaga kerja TIK terampil dan semi terampil sebanyak 9 juta orang atau 600 ribu orang per tahun (World Bank, 2018). APTIKOM juga memperkirakan bahwa hanya ada sekitar 40-50 ribu lulusan program studi Komputer dan Informatika dari 850 Universitas setiap tahunnya di

Indonesia. Dari jumlah tersebut, portal pencari kerja Geekhunter mengestimasi hanya 20%-nya yang pada akhirnya bekerja sebagai Software Developer. Di sisi lain, survei LinkedIn (2019) melaporkan bahwa dalam kurun waktu 2013 – 2017, profesi dengan pertumbuhan permintaan terbanyak di Indonesia seluruhnya melibatkan keahlian coding: Back End Developer, Android Developer, Full Stack Developer, Front End Developer, dan Data Scientist). Karena kelangkaan talenta digital andal di Indonesia yang sudah terjadi, Unicorn lokal seperti Gojek, Traveloka, dan Tokopedia memilih membuka pusat R&D di India.

Selain itu, Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) pada 2021 mencatatkan setidaknya sebanyak 994.581.569 kali telah terjadi serangan siber di Indonesia, naik hampir dua kali lipat dibanding 2020 (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). UMKM kini menjadi salah satu pihak yang paling rentan terhadap serangan siber, karena pandemi Covid-19 mendorong UMKM untuk dapat bertahan dan tumbuh dengan menjalankan aktifitas usaha melalui platform digital. Namun, dari 64 juta total UMKM, baru 13% saja yang memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya (Kemenkop UKM, 2021). Oleh karena itu, selain keamanan siber, pendampingan dan pelatihan usaha juga semakin diperlukan untuk dapat beradaptasi dalam situasi pandemi.

Secara tradisional, sektor bisnis “menunggu” pemerintah untuk mendidik dan melatih dalam mempersiapkan kebutuhan tenaga kerja masa depan. Tetapi banyak hal telah berubah, dimana pertama, pasar tenaga kerja menjadi lebih dinamis dan laju perubahan teknologi telah berkembang dengan cepat; Kedua, sistem pendidikan dan pelatihan konvensional saja sulit untuk memenuhi kebutuhan pekerja terampil bagi perusahaan, dan Ketiga, semakin tidak realistis bagi perusahaan untuk mengharapkan calon pekerja benar-benar siap kerja sesuai dengan standard perusahaan, tanpa adanya pelatihan kerja sebelumnya (ILO, 2017).

Pengembangan SDM harus didukung dan dilaksanakan tidak hanya oleh pemerintah namun juga oleh lembaga, organisasi maupun korporasi swasta sehingga hasil yang didapat akan lebih masif dan merata. Untuk itu, Pemerintah berperan tidak hanya untuk melaksanakan program pengembangan SDM, namun juga membangun ekosistem pengembangan SDM. Kemajuan Indonesia ke depan sangat ditentukan dari kesiapan talenta unggul di bidang TIK. Harapan kita agenda kebutuhan sektor komunikasi dan informasi dapat selaras dipenuhi dengan program di Kemdikbud Ristek dan bisa saling melengkapi bersinergi dengan satu dengan yang lain untuk akselerasi di berbagai sektor.

Program DTS yang merupakan program unggulan Pemerintah untuk pengembangan talenta digital untuk daya saing digital Indonesia dan memenuhi kebutuhan tenaga kerja bidang TIK dalam menuju Revolusi Industri 4.0. Mengutip hasil survei IMD World Digital Competitiveness Ranking pada tahun 2020, Kepala Badan Litbang SDM Kementerian Kominfo menyatakan daya saing digital Indonesia berada di peringkat 56 dari 63 negara. Mengutip hasil riset Bank Dunia, Indonesia membutuhkan sekurangnya 9 juta talenta digital. Dinamika revolusi industri 4.0 juga membutuhkan peningkatan kompetensi SDM berkaitan dengan teknologi digital terkini. Dan menurut Kepala Badan Litbang SDM Kementerian Kominfo, program pengembangan talenta digital untuk memenuhi kebutuhan talenta digital yang diperkirakan sejumlah 600.000 orang tenaga kerja setiap tahunnya.

Untuk memenuhi target pada tahun 2024, yaitu peningkatan daya saing digital Indonesia ke peringkat 45. Indonesia perlu menyelaraskan pasokan keterampilan dengan permintaan industri yang terus berkembang. Kolaborasi antara: perekrut/perusahaan (employers) yang membutuhkan keterampilan, penyedia jasa pendidikan, pembuat kebijakan, dan masyarakat, perlu dijalin. Inilah saatnya untuk berupaya secara komunal, dengan memberikan pelatihan kepada guru-guru BDP dengan pelatihan Talent Scouting Academy, diharapkan guru-guru PPG BDP yang ada di Jawa Barat dapat berperan sebagai mentor

yang mengantarkan siswa siswa menjadi sumber daya manusi yang terampil dalam berwirausaha dan memiliki keterampilan digital yang baik. Mentoring memiliki dampak yang positif, baik bagi orang yang dibimbing (mentee), orang yang melakukan mentoring (mentor), dan lingkungan tempat mereka bekerja. Dari mereka yang memiliki mentor, 97% mengatakan kegiatan mentoring amat membantu mereka, tetapi hanya 37% saja profesional ataupun wirausaha yang memiliki mentor (Forbes, 2021). Padahal, 89% dari mereka yang telah dibimbing nanti juga akan menjadi mentor di masa depan (Harvard Business Review, 2015). Oleh karena itu, pelatihan PANDU INDONESIA memenuhi tujuan:

- a. Menjadi pendamping bagi pelaku UMKM pemula untuk dapat mengembangkan bisnis;
- b. Menjadi pendamping bagi pelaku UMKM pemula dalam menjaga keamanan siber dan bertransformasi digital;
- c. Menyiapkan generasi mentor literasi digital muda yang baru.

Program Digital Talent Scholarship (DTS) yang diselenggarakan oleh Badan Litbang SDM merupakan program pelatihan yang mempersiapkan masyarakat Indonesia agar semakin cakap digital. Program ini memiliki sejumlah akademi pelatihan, salah satunya adalah Talent Scouting Academy (TSA) yang menyasar mahasiswa berprestasi tingkat akhir untuk melaksanakan magang dan pelatihan di perusahaan teknologi global. Program DTS-TSA bekerja sama dengan sejumlah mitra, salah satunya dengan Program Kampus Merdeka dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemdikbudristek).

Pelatihan TSA yang akan dilaksanakan lebih lanjut ini memiliki beberapa tema yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan industri di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK), contohnya keamanan siber. Pelatihan ini memungkinkan peserta TSA akan belajar secara mandiri secara daring, peserta mengatur waktu belajar secara mandiri sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Melalui program PAHLAWAN MUDA DIGITAL

UNTUK UMKM INDONESIA (PANDU INDONESIA), MicroMentor Indonesia, di bawah naungan Mastercard Academy 2.0, bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika menyelenggarakan TSA dengan topik utama keamanan siber untuk UMKM.

METODE PENELITIAN

Lokasi kegiatan Pelatihan ini dilakukan di Garut, Jawa Barat. Khalayak sasaran khususnya adalah Bapak/Ibu yang merupakan mahasiswa/alumni Guru PPG BDP UPI di Jawa Barat. Dalam satu tahun berjalan terdapat 2 Angkatan PPG BDP di UPI dan terdapat sekitar 30-35 dalam 1 angkatan. Bapak/Ibu guru PPG BDP akan berperan sebagai mentor yang mengantarkan siswa siswa menjadi sumber daya manusi yang terampil dalam berwirausaha dan memiliki keterampilan digital yang baik. Kegiatan ini dilakukan dengan sistem coaching dan mentoring yang adaptasi melalui Executive Coaching Model dari Joel Garfinkle.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbagai kegiatan Pengembangan Entrepreneurship dilakukan melalui kegiatan-kegiatan yang menyesuaikan diri dengan tuntutan perkembangan jaman. Hingga saat ini, sekolah dengan berbagai keterbatasan kondisi Covid'19 tetap melaksanakan pengembangan Entrepreneurship. Pengembangan Entrepreneurship dimulai dari penanaman Entrepreneur Characters, Pengenalan Millennial Jobs, Entrepreneur Succes Story, Perencanaan Bisnis, Strategi Permodalan, Kerjasama Usaha, dan Strategi Pemasaran, serta Mentoring Bisnis yang terstruktur.

Entrepreneur Characters dikenalkan pada mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan, dan dimplementasikan pada sikap dan perilaku siswa dalam keseharian, baik itu di lingkungan keluarga, sekolah, maupun berada di tengah masyarakat. Pengenalan Millennial Jobs dan Entrepreneur Succes Story dilakukan melalui kegiatan workshop dengan menggandeng praktisi sebagai nara sumber

untuk membangkitkan dan lebih meyakinkan semangat Entrepreneur pada diri siswa.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema Implementasi Pelatihan Talent Scouting Academy Dalam Menumbuhkan Kewirausahaan Guru PPG (Pelatihan TSA - Master Card Academy Bagi Guru PPG BDP di Jawa Barat), berhasil dilakukan pada tanggal 17 dan 18 September 2022 dengan jumlah peserta Guru yang hadir sebanyak 26 guru dan 1 Pengawas Pembina MGMP Kewirausahaan Garut.

Pelatihan Talent Scouting Academy ini mengandung beberapa Materi Pelatihan yaitu Pelataihan Mentor Masterclass, Keamanan Siber, Wirausaha Muda dan Pemasaran Digital.

Mentor Masterclass

Pelatihan Mentor Masterclass adalah pelatihan dari MicroMentor Indonesia tentang menyiapkan peserta profesional sebagai mentor UMKM dengan dasar-dasar teori mentoring bisnis (Siklus Hidup Mentoring), praktik terbaik dalam mentoring bisnis, dan teknik komunikasi dengan wirausaha (UMKM).

Seorang mentor adalah seseorang yang bersedia membantu menteenya belajar. Setidaknya begitulah teorinya. Dalam prakteknya seorang mentor akan menjadi 'guru' yang ditugaskan seorang individu. Ada variasi harapan yang luar biasa dalam fungsi dan perilaku orang. Beberapa peran mengarah pada perbedaan berikut: mentoring adalah proses di mana satu individu senior tersedia bagi junior (Maclennan, 2017).

Mentoring sering kali disebut upaya satu lawan satu. Mentoring yang sangat baik adalah bersifat informal, oleh seseorang yang ingin belajar dari seseorang lainnya, seseorang yang dipercaya memiliki pengetahuan lebih luas atau lebih ahli dalam suatu hal tapi mentoring juga bisa terorganisir. Memang, banyak pemimpin organisasi ingin membangun kompetensi pemimpin masa depan (mentransformasikan pengetahuan yang didapat dari pengalaman pekerja pengetahuan) melalui program mentoring. Untuk mengeksekusi jenis transformasi ini membutuhkan

langkah-langkah yang terorganisir. Setiap usaha yang baik memiliki perencanaan. Budaya berubah tidak terjadi dengan sendirinya, harus melakukan perencanaan, implementasi, dan follow up. Terdapat beberapa langkah yang membantu mengarahkan implementasi dari rencana program mentoring di sebuah organisasi (Rothwell & Chee, 2013). Keberhasilan seorang mentor bisnis akan sangat berpengaruh dalam membangun usaha bisnis pemula agar bisa berkembang. (Fajriana, 2020).

Keamanan Siber

Secara umum ketahanan siber memiliki unsur tahap yang terdiri dari identify, protect, detect, respond, recover dan evolve dimana untuk memastikan setiap tahap dilakukan dengan baik maka diperlukan sebuah ekosistem yang mendukung. Dalam hal pembentukan ekosistem yang adequate untuk ketahanan siber maka teknologi dan militer (Chotimah, Iswardhana, dan Pratiwi, 2019) bukan merupakan salah satu unsur utama namun ada banyak unsur lain yang juga mempunyai peranan penting seperti sumber daya manusia, budaya (Fitriasari, 2019), organisasi, struktur organisasi, perangkat aturan dan kebijakan, serta kepemimpinan. Ketahanan siber mengacu pada kemampuan entitas untuk terus memberikan hasil yang diinginkan dan mempertahankan operasi bisnis meskipun ada kejadian siber yang merugikan (Rocha, dkk, 2015).

Data pada dunia siber menjadi sesuatu yang rentan terhadap tindakan kejahatan dikarenakan masih kurangnya kesadaran netter dalam mengelola dan mengamankan data pada dunia siber. Sehingga UMKM dalam mengelola data sebagai sumber informasi harus berhati-hati dan peduli terhadap setiap kemungkinan yang dapat menyebabkan kebocoran data. Hal serupa juga diungkapkan oleh (Chandarman & Niekerk, 2017) dengan melakukan penelitian di tiga kampus pada lembaga pendidikan swasta pada Propinsi KwaZulu-Natal di Afrika Selatan menemukan bahwa lemahnya pengetahuan siswa terhadap pemahaman kejahatan siber.

Cyber security (keamanan siber) merupakan cara membuat cyberspace aman dari cybercrime, baik

sebagai target maupun alat melakukan kejahatan dari akses yang tidak sah (unauthorized), perubahan data dan gangguan dari luar (Igwe & Ibegwam, 2014). Peningkatan keamanan siber dilakukan dengan meningkatkan kesadaran dari pengguna internet, dimana pengguna internet adalah manusia. Manusia menjadi salah satu faktor dalam kesadaran keamanan siber (cyber security awareness), dimana manusia seringkali menjadi pertahanan awal dalam pengamanan aset (informasi) (Chen, Medlin, & Shaw, 2008).

Pelatihan Pandu Indonesia TSA ini dilengkapi dengan alat kerja dan modul untuk meningkatkan disiplin siber dan meminimalisasi risiko serangan siber terhadap usaha.

Wirausaha Muda

Pengusaha memiliki peran vital dan mampu menjadi solusi bagi masalah pembangunan ekonomi di suatu negara (Darwanto, 2012). Semakin banyak suatu negara memiliki pengusaha, maka pertumbuhan ekonomi negara tersebut akan semakin tinggi (Darwanto, 2012). Pengusaha menurut Deniz, Boz dan Ertosun (2011) merupakan seseorang memulai langkahnya dalam melakukan usaha dengan membuat organisasi baru yang diidentifikasi dari adanya peluang atau merevitalisasi organisasi yang sudah berkembang.

Seiring dengan banyaknya persaingan dan banyaknya tantangan yang harus dihadapi bagi seorang wirausaha maka minat itu harus diikuti dengan perencanaan dan perhitungan yang matang supaya nantinya usaha yang dijalankan bisa berjalan dengan baik. Minat berwirausaha akan menjadikan seseorang untuk lebih giat mencari dan memanfaatkan banyak peluang yang ada agar dapat mengembangkan usaha dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Aprilianty (Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) mempunyai peluang yang cukup besar untuk ikut serta dalam membangun sistem perekonomian dengan memanfaatkan tahap perkembangan remaja, mendidik siswa agar berminat menjadi wirausaha.

Adanya mata pelajaran kewirausahaan dan praktik kewirausahaan yang ada di Sekolah belum

seungguhnya dapat meningkatkan pengembangan jiwa wirausaha dan minat berwirausaha. Adanya Kegiatan sosialisasi pengembangan jiwa entrepreneur diharapkan dapat mengembangkan jiwa wirausaha dan sebagai pendorong agar siswa menjadi wirausaha muda yang dapat memanfaatkan peluang, mengoptimalkan potensi yang dimiliki, membuat rancangan bisnis hingga mengelola bisnisnya baik saat praktikum mata pelajaran kewirausahaan, praktik kerja lapangan hingga dikemudian hari setelah menyelesaikan sekolah.

Pelatihan Pandu Indonesia TSA merupakan pelatihan tentang cara berwirausaha, mulai dari menentukan ide usaha, mulai berjualan, memasarkan produk, hingga menghadapi permasalahan usaha.

Pemasaran Digital

Pemasaran menciptakan dan memenuhi permintaan, maka pemasaran digital mendorong penciptaan dan permintaan menggunakan kekuatan Internet. Dalam memenuhi permintaan ini dengan cara-cara baru dan inovatif. Internet adalah media interaktif yang memungkinkan terjadinya pertukaran nilai. Internet telah mengubah cara pemasaran dan menciptakan paradigma baru dalam menghubungkan produsen dan konsumen. Ruang lingkup pemasaran dapat dipraktekkan di Internet mulai dari produk atau jasa disiapkan, dipromosikan, dibeli dan didistribusikan serta dilayani. Bagaimanapun, pemasaran di Internet tidak menghapus prinsip-prinsip pemasaran dalam bisnis, bahkan Internet menyediakan lingkungan baru untuk membangunnya (Stokes 2013,18).

Kewirausahaan sangat erat hubungannya dengan pemasaran, karena pemasaran merupakan bagian dari kewirausahaan. Kewirausahaan berkaitan dengan pemanfaatan peluang yang di ikuti keberanian untuk mengambil risiko dan membutuhkan tindakan yang penuh perhitungan dalam melakukan eksekusi terhadap peluang tersebut, dan pengelolaan sumber daya secara kreatif dan inovatif untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan pemasaran digital merupakan ilmu dan seni mengeksplorasi,

menciptakan dan memberikan nilai untuk memenuhi kebutuhan target pasar dengan keuntungan menggunakan Internet. Jika dilihat dari target maka kewirausahaan dan pemasaran digital memiliki kesamaan yaitu memperoleh keuntungan. Kemudian dari segi proses, kewirausahaan dan pemasaran digital memiliki hubungan dan kesamaan, yang membedakannya adalah kewirausahaan lebih fokus pada sikap wirausaha terhadap kegiatan usaha dan pemasaran digital lebih fokus pada kegiatan usahanya secara digital.

Pelatihan Pandu Indonesia TSA membahas mengenai dasar-dasar pemasaran digital, optimasi media sosial, dan optimasi mesin pencari untuk pemasaran barang dan jasa UMKM yang lebih efektif.

Setelah diadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Implementasi Pelatihan Talent Scouting Academy Dalam Menumbuhkan Kewirausahaan Guru PPG (Pelatihan TSA - Master Card Academy Bagi Guru PPG BDP di Jawa Barat) untuk keberlanjutan acara dilakukan juga monitoring kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada tanggal 30 September 2022.

Hasil dari kegiatan monitoring ini, dimana 26 Guru-guru di MGMP Kewirausahaan mendapatkan 9 sertifikat dari Micromentor sebagai salah satu platform yang mendukung Pelatihan Talent Scouting Academy.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengimplementasi Pelatihan Talent Scouting Academy dalam menumbuhkan kewirausahaan guru PPG (Pelatihan TSA - Master Card Academy Bagi Guru PPG BDP di Jawa Barat). Pada pengabdian ini juga dikenalkan juga beberapa Materi Pelatihan seperti Pelatiahn Mentor Masterclass, Keamanan Siber, Wirausaha Muda dan Pemasaran Digital.

Saran dan rekomendasi untuk pengabdian masyarakat berikutnya, menjangkau lebih banyak Guru Guru Alumni PPG MGMP Kewirausahaan

baik itu di Jawa Barat maupun di daerah lainnya, karena pada dasarnya kewirausahaan menjadi softskills penting baik itu bagi Guru maupun siswa, untuk memotivasinya menjadi wirausaha muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjaningrum, W. D., & Yudistira Arya, S. (2016). Pengaruh entrepreneurship, business coaching, mentoring dan komunitas kreatif terhadap kinerja industri kreatif (studi pada industri kreatif yang tergabung dalam malang creative fusion). *Jurnal Ilmiah Dan Bisnis Asia*. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/19>
- Cahyono, Dwi. (2005). Pengaruh Mentoring terhadap Kepuasan Kerja, Konflik Peran, dan Prestasi Kerja serta Niatan untuk Pindah. Makalah Simposium Nasional Akuntansi VIII.
- Chandarman, R., & Niekerk, B. V. (2017). Students' Cybersecurity Awareness at a Private Tertiary Educational Institution. *The African Journal of Information and Communication (AJIC)*(20), 133-155. doi:10.23962/10539/23572
- Chen, C. C., Medlin, B. D., & Shaw, R. (2008). A cross-cultural investigation of situational information security awareness programs. *Information Management & Computer Security*, 16(4), 360-376. doi:10.1108/09685220810908787
- Darwanto (2012). Peran entrepreneurship dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Diseminasi riset terapan bidang manajemen & bisnis tingkat nasional jurusan administrasi bisnis Politeknik Negeri Semarang
- Deniz, N., Boz, I. T., & Ertosun, O. G., (2011). The relationship between entrepreneur level of perceived business-related fear and business performance. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 579.600.
- Departemen Perdagangan RI. 2008. Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif. Indonesia 2009-2025. Departemen Pedagangan RI. Jakarta
- Distelberg, B. J., & Schwarz, T. V. (2015). Mentoring Across Family-Owned Business. *Family Business Review* 2015, Vol. 28(3) 193 –210 .
- Duh, M., & Letonja, M. (2014). Knowledge Creation in Family Businesses and Its Importance for Building and Sustaining Competitive Advantage during and after Succession. *Strategic Management and Business Policy*, Faculty of Economics and Business, University of Maribor, Maribor, Slovenia.
- Durkan, P., Durkin, M., & Gillen, J. (2003). Exploring efforts to engender on-line trust. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 9(3), 93–110. <https://doi.org/10.1108/13552550310476184>
- Fitiriasari, Paramitha Dyah, 2019, "Partisipasi Masyarakat Dalam Kesenian Soreng Guna Meningkatkan Ketahanan Budaya (Studi Di Desa Banyusidi, Kecamatan Pakis, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah)." *Jurnal Ketahanan Nasional* 25(3): h. 409.
- Fossen, Frank M. and Alina Sorgner. 2019. "Digitalization of work and entry into entrepreneurship". *Journal of Business Research* 2019 ScienceDirect Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.019>.
- Gilmore, A., & McMullan, R. (2008). Customer loyalty: an empirical study. *European Journal of Marketing*, 42(9), 1084–1094. <https://doi.org/10.1108/03090560810891154>
- Hakim, L., & Deswindi, L. (2015). Assessing the Effects of e-servicescape on Customer Intention: A Study on the Hospital Websites in South Jakarta. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169 (August 2014, 227–239. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.306>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Building Marketing Strategy Consumer Behavior* (Eleventh). New York: McGrawHill.
- Husodo, Zaafri. (2019). "Fenomena Belanja dengan Jastip, Keuntungannya Menggiurkan", dalam <https://www.jawapos.com/lifestyle/01/09/2019/fenomena-belanja-dengan-jastip-keuntungannya-menggiurkan/> diakses pada tanggal 27 Januari 2022.
- Hendarsyah, Decky. 2019. "E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0". *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8 (2), 171-184. Science Direct Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101987>.
- Gangeshwer, D. K. (2013). E-Commerce or Internet Marketing: A Business Review from Indian Context, 6(6), 187–194.
- Herrington, Lewis, dan Richard Aldrich, 2013. "The Future of Cyber-Resilience in an Age of Global Complexity." *Politics* 33(4): hh. 299–310.
- Hidayat, S. 2001. *Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*. Pustaka Quantum. Jakarta.
- Hidayat Chusnul, Muhammad Ridha Iswardhana, dan Tiffany Setyo Pratiwi, 2019, "Penerapan Military Confidence Building Measures Dalam Menjaga Ketahanan Nasional Indonesia Di Ruang Siber." *Jurnal Ketahanan Nasional* 25(3): hh. 331.
- Internet Word Stats. 2019. *Internet Users in the World*. Miniwatts Marketing Groups. Diakses dari:

- <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, tanggal 23 Januari 2020.
- Igwe, K., & Ibegwam, A. (2014, October). Imperative of Cyber Ethics Education to Cyber Crimes Prevention and Cyber Security in Nigeria. *International Journal of ICT and Management*, II(2), 102- 115.
- Jiang, P., & Rosenbloom, B. (2005). Customer intention to return online: price perception, attribute-level performance, and satisfaction unfolding over time. *European Journal of Marketing* (Vol. 39). <https://doi.org/10.1108/03090560510572061>
- Kemendikbud. (2021). "Atdikbud Tokyo Dukung Penyelenggaraan UT di Jepang", dalam <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2021/09/atdikbud-tokyo-dukung-penyelenggaraan-ut-di-jepang> diakses pada tanggal 27 Januari 2022.
- Kew, J., Herrington, M., Litovsky, Y., & Gale, H. (2013). Generation entrepreneur? The state of global youthship. *Youth Business International and Global Entrepreneurship Monitor*, Newcastle
- Kreitner, R. & Kinicki, K.E. (2005). *Organizational Behaviour*. New York: McGraw Hill.
- Levin, A., Foster, M., West, B., Nicholson, M. J., Hernandez, T., & Cukier, W. (2008). *The Next Digital Divide: Online Social Network Privacy*. Privacy and Cyber Crime Institute, Ted Rogers School of Management. Canada: Ryerson University. Chotimah,
- Livingstone, C. J. N. (2015). Emerging Implications of Online Retailing for Real Estate. *Journal of Corporate Real Estate*, 17(3), 226–239.
- Mantila, Ana and Susan Edwards. 2019. "Digital Technology Use By And With Young Children: A Systematic Review For The Statement On Young Children And Digital Technologies". *Australasian Journal of Early Childhood (AJEC)* 2019, 1-14. <https://doi.org/10.1177/1836939119832744>
- Martini, L. K. (2017). *Sukses Perusahaannya Keluarga untuk Meningkatkan Kinerja Suksesor (Studi pada Perusahaannya Keluarga di Provinsi Bali)*. Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana .
- Monswu, D. and R. (2005). What drives consumers to shop online? A literature review. <https://doi.org/10.1108/09564230410523358>
- Muslich, I. S, dan Irwansyah. (2019). Instagram dan Fenomena Jastip di Indonesia. *Journal Communication Spectrum*, 9(1):143-157,
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). *Industri 4.0: Telaah klasifikasi aspek dan arah perkembangan riset*. J@ti Undip: *Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17. <https://doi.org/10.14710/jati.13.1.17-26>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Puspitaningtyas, Z. (2018). *Model inkubator entrepreneurship berbasis teknologi pada sekolah menengah kejuruan negeri 3 bondowoso*. Seminar Nasional Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis VIII, Untar, Jakarta. https://www.researchgate.net/publication/325540226_MODEL_INKUBATOR_ENTREPRENEURS_HIP_BERBASIS_TEKNOLOGI_PADA_SEKOLAH_MENENGAH_KEJURUAN_NEGERI_3_BONDOWOSO
- Rifa'i, Muhamad., Yati, Wisari., Riski., Susanti, Aprilia Dwi. (2020) Pengaruh Komitmen dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* Vol. 8, No.1, 2020. Hal 61-72
- Rizki, D. A. 2020. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Akad Jasa Titip Jual Beli Online Melalui Instagram: Studi Kasus Toko Online Joyfull di Purwokerto). Skripsi, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, Purwokerto,
- Rocha, Álvaro, Ana Maria Correia, Sandra Costanzo, dan Luís Paulo Reis. 2015. "New Contributions in Information Systems and Technologies." *Advances in Intelligent Systems and Computing* 353(December):III–IV
- Rothwell, W. J., & Chee, P. (2013). *Becoming an Effective Mentoring Leader: Proven Strategies for Building Excellence in Your Organization*. New York: McGraw-Hill Education.
- Setyawati, C. Y. (2016). Dampak mentoring pada keberhasilan start-up business: Studi kasus pada start-up business di Indonesia. *Derema Jurnal Manajemen*. Universitas Ciputra, Surabaya. . <https://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/view/236>
- Sitepu, S. N. B. (2016). Kolaborasi dan inovasi pada kegiatan mentoring dan eksekusi bisnis untuk mendorong keberhasilan start-up bisnis. *Lecture Papers International Published Articles*. Universitas Ciputra. <https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/770>
- Sullivan, Robert. (2000). Entrepreneurial Learning and Mentoring. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(3), 160-175.
- Statista. 2018. Number of mobile phone users worldwide from 2015 to 2020. Diakses dari: <https://www.statista.com/statistics/274774/forecast-of-mobile-phone-users-worldwide/>, tanggal 05 Februari 2020.
- Statista. 2019b. Number of internet users worldwide from 2009 to 2019, by region. Diakses dari: <https://www.statista.com/statistics/265147/number>

of-worldwide-internet-users-by-region/, tanggal 27 Januari 2020.

Stephen, A.T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10, pp. 17-21.

Stokes, Rob. 2013. *eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world*, Fifth Edition. Quirk Education Pty

Widjaja, A. W. 2002. *Administrasi Kepegawaian. Suatu Pengantar*. Rajawali Press. Jakarta.

Woodford, Chris. 2006. *Digital Technology*. London: Evans Brother Limited.