

## ENTERPRENEURSHIP: EKSPLORASI DIGITAL MARKETING BERBASIS E-COMMERCE DI SMK YAPMI MAKASSAR

Suprianto<sup>a</sup>, Muhammad Luthfi Siraj<sup>b</sup>, Muh. Ikramullah Akmal<sup>a</sup>, Syarifuddin<sup>b</sup>, Didik Iskandar<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Institut Teknologi dan Bisnis Maritim Balik Diwa

<sup>b</sup> Universitas Negeri Makassar

### Kata Kunci:

Kewirausahaan ; Pemasaran Digital;  
Perdagangan elektronik

### Keywords:

Digital Marketing; Entrepreneurship; E-Commerce

Penulis Koresponden:

Email:

[muhammadluthfisiraj@unm.ac.id](mailto:muhammadluthfisiraj@unm.ac.id)

**Abstrak:** Kegiatan PKM yang dilaksanakan bagi masyarakat bertujuan menciptakan pengetahuan dan keterampilan para siswa SMK YAPMI Makassar dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan bisnis, Selain itu, tujuan dari dilaksanakannya kegiatan pelatihan ini ialah untuk menghasilkan sistem marketing dan planning bisnis bagi para siswa. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam tiga tahap yaitu: (1) tahap perencanaan, (2) tahap pelaksanaan, (3) tahap evaluasi dengan jumlah peserta 40 orang. Hasil kegiatan pelatihan ini menunjukkan pertama, jumlah peserta pelatihan yang terlibat mencapai target yang telah ditentukan, yaitu 45 siswa yang aktif berpartisipasi dalam setiap sesi pelatihan hal ini menunjukkan bahwa para siswa memiliki antusiasme yang tinggi untuk mengikuti pelatihan dan mengembangkan pengetahuan serta jiwa wirausaha dengan menghasilkan rancangan bisnis sampai bentuk marketing dengan memanfaatkan berbagai platform digital media sosial seperti whatsapp bisnis, Instagram ads, dan youtube. Dari hasil kegiatan pengabdian ini juga memberikan kontribusi kepada pihak sekolah dengan mengembangkan bahan pembelajaran guru untuk memasukkan penguatan materi digital marketing sebagai keberlanjutan dari pelatihan yang telah dilaksanakan, dari pelatihan ini juga dilakukan proses evaluasi dan monitoring yang menunjukkan para siswa sebanyak 45 orang terdapat 25 orang yang telah mampu mengembangkan platform bisnisnya dengan memanfaatkan shoppe shop dan tentu dengan pelatihan ini akan berdampak juga pada pengembangan bisnis para siswa SMK YAPMI Makassar.



© 2025 The Authors. Published by JPBD

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>

### Pendahuluan

Perubahan paradigma dalam pendidikan kewirausahaan seiring dengan perubahan ekonomi global dan perkembangan teknologi yang semakin cepat, paradigma pendidikan kewirausahaan pun mengalami transformasi. Pendidikan kewirausahaan yang dulu hanya berfokus pada teori dasar tentang pengelolaan

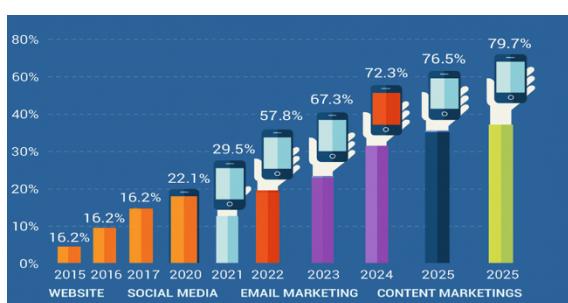
bisnis kini berkembang menjadi pembelajaran yang lebih aplikatif dan kontekstual. Saat ini, siswa diajarkan untuk tidak hanya mengidentifikasi peluang bisnis, tetapi juga bagaimana memanfaatkan teknologi untuk menciptakan inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang, (Alter, 2002)

Salah satu elemen penting dalam

pembelajaran kewirausahaan adalah kemampuan untuk berpikir kreatif dan memecahkan masalah dan reativitas ini tidak hanya diperlukan dalam menciptakan produk atau jasa baru, tetapi juga dalam menyusun strategi untuk menghadapi tantangan dan persaingan yang ketat, (Ghifari, 2018). Dalam konteks ini, pendidikan kewirausahaan tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pengembangan karakter siswa, seperti ketekunan, kepercayaan diri, dan kemampuan untuk bekerja dalam tim. Selain itu, pendidikan kewirausahaan kini mengedepankan pendekatan berbasis teknologi dan digital yang dengan kemajuan teknologi yang pesat, banyak peluang bisnis yang bisa dikembangkan melalui platform digital, seperti e-commerce, aplikasi berbasis internet, dan media sosial. Oleh karena itu, sekolah-sekolah di era digital ini, termasuk SMK, diharapkan dapat mengajarkan siswa tidak hanya keterampilan tradisional dalam berwirausaha, tetapi juga keterampilan yang relevan dengan bisnis digital, seperti digital marketing, manajemen media sosial, analisis data, dan penggunaan teknologi lainnya untuk mendukung pertumbuhan usaha.

**Gambar 1.**

Persentase Perkembangan Digital Marketing 2015-2025



SMK YAPMI Makassar sebagai lembaga pendidikan yang memiliki komitmen terhadap pengembangan keterampilan siswa tidak dapat lepas dari fenomena digital marketing dan e-commerce ini. Sekolah ini memiliki visi untuk mencetak lulusan yang tidak hanya kompeten dalam bidang akademis, tetapi juga terampil dalam dunia bisnis digital yang kini semakin relevan di pasar tenaga kerja global,

hal ini sejalan yang dikemukakan (Siraj, dkk; 2020) dalam seminar nasional yang berjudul Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Malakaji Kabupaten Gowa yang diterangkan bahwa strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Oleh karena itu, implementasi digital marketing melalui e-commerce di SMK YAPMI Makassar menjadi sangat penting sebagai upaya untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis bagi siswa yang siap terjun ke dunia bisnis digital. E-commerce menawarkan berbagai keuntungan bagi pengusaha, di antaranya adalah kemudahan akses pasar, pengurangan biaya operasional, serta fleksibilitas dalam mengelola bisnis. Akan tetapi, meskipun e-commerce memberikan banyak peluang, tidak semua pelaku bisnis dapat memanfaatkan potensi tersebut dengan optimal. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh banyak pelaku bisnis, terutama di kalangan generasi muda, adalah keterbatasan pemahaman tentang strategi pemasaran digital yang efektif dan cara memanfaatkan berbagai platform e-commerce untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa, (Widyastuti, dkk; 2016., Marcus; 2013).

Salah satu langkah konkret yang diambil oleh SMK YAPMI Makassar adalah dengan menggandeng berbagai mitra usaha yang memiliki potensi untuk mengembangkan bisnis mereka melalui platform e-commerce. Mitra ini terdiri dari berbagai jenis usaha, mulai dari usaha kecil menengah (UKM) hingga usaha besar yang memiliki produk lokal dengan kualitas tinggi. Namun, meskipun mereka memiliki produk yang berkualitas, banyak dari mitra ini yang belum memanfaatkan potensi digital marketing secara maksimal, terutama dalam hal pemanfaatan e-commerce sebagai saluran utama dalam pemasaran produk. Pendidikan yang diberikan di SMK YAPMI

Makassar sangat berperan dalam membekali siswa dengan keterampilan yang diperlukan di dunia kerja, terutama dalam bidang digital marketing dan e-commerce.

**Gambar 2.**  
 Jenis Platform Digital Marketing



Seiring dengan perkembangan e-commerce yang pesat, konsumen semakin mengandalkan internet untuk mencari, membeli, dan mengevaluasi produk. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Chaffey, 2019; dan Ratnawati, 2018) bahwa digital marketing terbukti meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperbesar peluang bisnis untuk berkembang. Selain itu, Riswanto dan Murtiana (2020) dalam penelitiannya tentang pemasaran digital di Indonesia menyatakan bahwa digital marketing dapat meningkatkan daya saing bisnis di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, penguasaan digital marketing adalah kompetensi yang harus dikuasai oleh siswa SMK YAPMI untuk mempersiapkan mereka menjadi tenaga kerja yang siap menghadapi perkembangan industri 4.0. Selain itu, Penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan (2022) juga mengungkapkan bahwa sektor pendidikan, terutama SMK, memainkan peranan penting dalam meningkatkan keterampilan digital siswa. Dalam penelitian ini, Hasibuan menyatakan bahwa pendidikan vokasi yang mengintegrasikan teori dan praktik digital marketing akan mempersiapkan siswa untuk dapat bekerja di berbagai sektor industri, terutama yang berfokus pada e-commerce. Pendidikan yang holistik ini dapat membuka peluang karir yang lebih besar bagi lulusan SMK YAPMI Makassar karena mengingat permintaan pasar yang semakin tinggi terhadap tenaga kerja dengan keterampilan digital yang memadai.

## Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) menggunakan beberapa metode yaitu ceramah dengan teknik persentasi materi, demonstrasi dan tanya jawab. Adapun tahapan-tahapan dalam pelaksanaan kegiatannya, sebagai berikut: 1) Metode ceramah untuk menyampaikan pengetahuan secara umum tentang kewirausahaan dan digital marketing yang mudah dan efektif; 2) Demonstrasi digunakan untuk memberikan praktik secara langsung pembuatan platform digital marketing; 3) Tanya jawab digunakan untuk melengkapi hal yang belum terakomodasi oleh kedua metode di atas; dan 4) Melakukan evaluasi hasil akhir kegiatan pelatihan dengan melihat hasil pengembangan digital marketing oleh para siswa yang telah direncanakan.

## Hasil Dan Pembahasan

Realisasi penyelesaian masalah terkait pengembangan digital marketing dan e-commerce di SMK Yapmi Makassar dapat dilakukan dengan berbagai langkah strategis yang dirancang untuk meningkatkan kompetensi siswa dan guru, serta membekali para guru dengan keterampilan praktis yang dibutuhkan di dunia industri digital, adapun siklus tahapan pelatihan yang diberikan sebagai berikut:

**Gambar 3.**  
 Siklus Tahap Pelatihan Eksplorasi Digital Marketing Berbasis E-Commerce



Langkah pertama yang perlu diambil adalah peningkatan infrastruktur teknologi, di

mana SMK Yapmi Makassar perlu menyediakan perangkat keras yang memadai untuk digunakan para guru seperti laptop atau komputer yang dapat digunakan untuk praktik digital marketing dan e-commerce yang dapat mengakses berbagai aplikasi dan platform digital tanpa kendala. Selain itu, penyediaan perangkat lunak yang relevan dan terkini, seperti alat untuk desain grafis, manajemen media sosial, dan analisis data, akan sangat mendukung pembelajaran. Pengabdian kepada masyarakat ini juga dapat melibatkan kerjasama dengan perusahaan teknologi untuk menyumbangkan peralatan atau membantu mengoptimalkan perangkat yang ada dan hal ini akan memperkuat kualitas pembelajaran serta memfasilitasi siswa dalam menjalankan simulasi e-commerce secara efektif dan tidak kalah pentingnya adalah penyediaan koneksi internet yang lebih stabil dan cepat, yang akan memudahkan siswa mengakses sumber daya pembelajaran online dan menjalankan proyek-proyek berbasis digital.

Langkah kedua adalah pengembangan kurikulum berbasis e-commerce yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Untuk itu, pelatihan bagi guru dan tenaga pengajar SMK Yapmi Makassar perlu diselenggarakan guna memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang digital marketing dan e-commerce. Guru akan diberikan pelatihan mengenai berbagai alat digital marketing yang dapat digunakan dalam dunia nyata, seperti Google Analytics untuk analisis data, SEO untuk meningkatkan visibilitas website, serta penggunaan media sosial untuk memasarkan produk. Selain itu, dalam kegiatan pengabdian ini, para pengajar juga bisa terlibat dalam workshop untuk mengembangkan materi ajar yang aplikatif dan berbasis studi kasus yang diambil dari industri yang relevan dan hal ini akan membantu pengajar dalam merancang kurikulum yang tidak hanya teoritis tetapi juga praktis dan sesuai dengan perkembangan teknologi.

Untuk memberikan pengalaman yang lebih aplikatif dan relevan dengan dunia industri, pengabdian ini juga akan melibatkan kolaborasi dengan perusahaan e-commerce

atau platform digital terkemuka. Kolaborasi ini bisa mencakup seminar, workshop, atau sesi mentoring yang diselenggarakan oleh praktisi digital marketing. Melalui kegiatan ini, siswa dan guru dapat belajar langsung dari para ahli dan berinteraksi dengan profesional yang bekerja di industri. Kolaborasi ini juga dapat membuka peluang bagi siswa untuk melakukan magang atau bekerja sama dalam proyek nyata di dunia e-commerce. Selain itu, keterlibatan praktisi dari industri akan membantu mengidentifikasi keterampilan yang dibutuhkan di pasar kerja, sehingga kurikulum yang diajarkan di SMK Yapmi Makassar dapat disesuaikan dengan kebutuhan dunia usaha dengan diharapkan dapat menambah relevansi pendidikan yang diterima siswa dan meningkatkan daya saing bagi pelaku usaha di pasar kerja.

Sebagai langkah selanjutnya, pengabdian kepada masyarakat ini juga mencakup program praktik dan simulasi e-commerce bagi guru dan siswa dengan mengajak untuk menjalankan proyek-proyek e-commerce kecil yang melibatkan pemasaran produk melalui platform digital, mereka dapat belajar secara langsung tentang bagaimana mengelola toko online, merancang kampanye pemasaran digital, serta melakukan analisis pasar. Program semacam ini memberikan pengalaman nyata kepada siswa tentang bagaimana menjalankan bisnis e-commerce, dari mulai merancang strategi pemasaran hingga melakukan transaksi dan analisis performa kampanye. Kegiatan ini juga memberikan kesempatan bagi siswa untuk memahami secara langsung tantangan yang ada dalam dunia bisnis digital. Selain keterampilan teknis, pengabdian ini juga penting untuk meningkatkan soft skills dan kepemimpinan siswa, yang sangat diperlukan dalam dunia kewirausahaan. Oleh karena itu, dalam rangka membekali siswa dengan keterampilan interpersonal, pengabdian kepada masyarakat dapat mencakup pelatihan mengenai komunikasi efektif, kreativitas dalam menyelesaikan masalah, serta kemampuan bekerja dalam tim. Workshop tentang kepemimpinan dan sikap wirausaha

yang inovatif dan pantang menyerah juga dapat diadakan untuk menumbuhkan mentalitas kewirausahaan di kalangan siswa. Pemberian pembekalan tentang keterampilan negosiasi, manajemen waktu, serta ketangguhan dalam menghadapi tantangan bisnis juga sangat penting untuk membentuk pengusaha muda yang sukses di masa depan.

**Gambar 4.**

Proses Langkah Eksplorasi Digital Marketing berbasis e-commerce



Proses pelatihan pembelajaran dan keterampilan yang diperoleh guru dan siswa SMK tetap dapat up to date dengan perkembangan teknologi maka salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah dengan memanfaatkan platform pembelajaran online dan sumber daya digital. Pengabdian ini dapat difasilitasi dengan memberikan akses kepada siswa dan pengajar untuk mengikuti kursus online tentang digital marketing dan e-commerce yang ditawarkan oleh platform terkemuka seperti *Google*, *Coursera*, atau *Udemy*. Melalui platform tersebut, siswa dapat memperbaharui pengetahuan mereka secara mandiri dan mengikuti perkembangan terbaru dalam industri digital yang hal ini juga memberikan kesempatan bagi pengajar untuk terus meningkatkan kemampuan guru dalam mengajar berbagai topik terbaru yang relevan dengan kebutuhan para pelaku usaha dan pangsa pasar. Pentingnya pembelajaran digital marketing hal ini juga sejalan yang dikemukakan oleh Siraj et al. (2022) dalam studinya *Digital Marketing Literature Model in The Development of Creative Home Industry Culinary in Makassar City* bahwa literasi digital marketing pada industri kreatif rumahan

kuliner di kota Makassar secara signifikan membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing melalui strategi digital dan temuan ini menegaskan bahwa kemampuan digital marketing bukan hanya relevan untuk sektor industri besar, tetapi juga sangat penting di level usaha kecil dan menengah dalam konteks lokal dan dengan demikian menegaskan urgensi bagi siswa SMK YAPMI Makassar untuk menguasainya. Dengan demikian, penguasaan digital marketing menjadi landasan strategis agar lulusan vokasi tidak hanya siap memasuki dunia kerja, tetapi juga menjadi kontributor dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis digital.

Salah satu solusi yang lebih praktis dan aplikatif adalah dengan melibatkan siswa dalam kegiatan pemasaran bersama untuk produk yang dihasilkan dan dalam kegiatan pengabdian ini, guru dan siswa dapat diberikan kesempatan untuk menciptakan dan memasarkan produk atau layanan yang telah dibuat seperti kerajinan tangan, produk lokal, atau jasa berbasis keterampilan yang mereka miliki dan dengan membimbing para guru dan siswa dalam memasarkan produk tersebut menggunakan platform e-commerce, maka para guru dan siswa akan terus belajar langsung tentang penerapan digital marketing dalam dunia nyata dan selain itu diajarkan pula tentang pentingnya branding, promosi, serta cara mengelola penjualan online dan tentunya engalaman ini akan sangat berguna bagi siswa yang berencana untuk terjun ke dunia bisnis digital setelah lulus. Tahap terakhir seluruh program pengabdian yang dilaksanakan dinilai berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif dan tim pengabdian akan tetap melakukan evaluasi dan monitoring berkelanjutan karena kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini harus mencakup penilaian terhadap perkembangan keterampilan guru dan siswa dalam bidang digital marketing dan e-commerce, serta evaluasi terhadap penggunaan alat dan teknologi yang telah diperkenalkan. Hasil dari evaluasi ini akan menjadi acuan untuk merancang program pengabdian selanjutnya, serta

mengidentifikasi kekurangan yang ada sehingga langkah-langkah perbaikan bisa segera diterapkan. Dengan evaluasi yang baik, kualitas program pengabdian ini akan semakin meningkat, dan dampaknya terhadap peningkatan keterampilan siswa akan semakin nyata.

### Kesimpulan dan Saran

Pelaksanaan Program Kemitraan Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema Entrepreneurship: Eksplorasi Digital Marketing dalam Berbisnis Melalui E-Commerce di SMK YAPMI Makassar telah berjalan dengan baik dimana program ini berhasil memberikan wawasan dan keterampilan kepada siswa dalam memahami konsep digital marketing dan memanfaatkan platform e-commerce sebagai sarana berbisnis. Dengan melibatkan dosen, mahasiswa, dan guru SMK, kegiatan ini menunjukkan kolaborasi yang produktif dalam menciptakan pengalaman pembelajaran yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan siswa. Tiga tahapan kegiatan, yaitu pemberian materi, simulasi dan tanya jawab, serta evaluasi, telah terlaksana dengan lancar. Siswa menunjukkan antusiasme yang tinggi selama pelaksanaan program, dan banyak dari mereka berhasil membuat platform bisnis sederhana yang dapat terus dikembangkan. Melalui proses evaluasi, siswa mendapatkan umpan balik yang konstruktif, sementara para guru mendapatkan wawasan baru yang dapat diterapkan dalam pembelajaran di sekolah. Program ini juga memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan keterampilan digital siswa, kepercayaan diri, dan kesiapan mereka untuk menghadapi tantangan di era digital. Berdasarkan dari hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan pemanfaatan digital marketing terdapat beberapa hal yang disarankan kepada pihak sekolah untuk melakukan pengembangan materi lanjutan dengan pengenalan strategi digital marketing yang lebih mendalam, seperti penggunaan media sosial untuk promosi, analisis pasar digital, dan pengelolaan finansial bisnis berbasis online. Serta penting juga peningkatan Keterlibatan Guru terlibat dalam program ini dapat dilatih

lebih lanjut mengenai aspek-aspek teknologi digital untuk mendukung pengajaran yang lebih berbasis teknologi di sekolah.

### Daftar Pustaka

- Alter, S. (2002) 'The Work System Method for Understanding Information Systems and Information Systems Research', Communications of the Association for Information Systems. doi: 10.17705/1cais.00906.
- Anshar, Ashar., dkk. (2023) Analisis Penerapan E-Commerce dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) bagi UMKM di Kota Makassar. Laporan Penelitian Balitbangda Kota Makassar.
- Florida, R. (2004) Cities and the creative class, Cities and the Creative Class. doi: 10.4324/9780203997673.
- Ghifari, A. F. (2018) 'Ekonomi Kreatif dalam Revolusi Industri 4.0 sebagai Penguat Ekonomi Bangsa', Creative Economy, Academia.edu, (13515602), pp. 1–9.
- Howkins, J. (2001) The Creative Economy: How People Make Money from Ideas, Allen Lane.
- Ištvančić, M., Milić, D. C. and Krpić, Z. (2017) 'Digital marketing in the business environment', International Journal of Electrical and Computer Engineering Systems, 8(2), pp. 67–75.
- Jennifer, R. (2002) 'Synergy and strategy in e-business', Marketing Intelligence & Planning.
- Kingsnorth, S. (2016) Digital Marketing Strategy: An integrated approach to online marketing, Kogan Page Limited. London. doi: 10.17747/2311-7184-2016-5-5.
- Marcus, B. (2013) Digital Literacy and Employability, Innovation & Business Skills Australia Ltd. Melbourne.
- Mohammadyari, S. and Singh, H. (2015) 'Understanding the effect of e-learning on individual performance: The role of digital literacy', Computers and Education, 82, pp. 11–25. doi: 10.1016/j.compedu.2014.10.025.
- Pratama, I. P. A. E. (2015) 'E-Commerce, E-

- Business, dan Mobile Commerce: Berbasis Open Source', Penerbit Informatika.
- Priyanto, I. F. (2013). Apa dan Mengapa Ilmu Informasi?', Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan. doi: 10.24198/jkip.v1i1.9611.
- Ratnawati, S. (2018) 'Ekonomi Kreatif Dan Kaizen', Jurnal Ekonomi, XIII(3). [https://www.researchgate.net/publication/334541595\\_EKONOMI\\_KREATIF\\_DAN\\_KAIZEN](https://www.researchgate.net/publication/334541595_EKONOMI_KREATIF_DAN_KAIZEN).
- Rizal, Muh., Muhammad Luthfi Siraj, Maya Kasmita. 2022. Digital Marketing Literature Model in The Development of Creative Home Industry Culinary in Makassar City. SHS Web of Conferences 149, 01014 (2022), vol 149, <https://doi.org/10.1051/shsconf/202214901014>.
- Rosyadi, S. (2018) 'Revolusi industri 4.0 : Peluang dan Tantangan Bagi Alumni Universitas Terbuka', Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Siraj, Muhammad Luthfi., Rizal, Muh., Andi Aslinda., dan Muh. Jihad Firman. 2020. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Malakaji Kabupaten Gowa. Proseding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Makassar, Edisi 6, <https://ojs.unm.ac.id/semnaslpm/article/view/16041>
- Syukri, Adya Utami dan Andi Nonong Sunrawali. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. Kinerja: : Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Volume 19 Issue 1, 170-182
- Wheeler, S. (2012) 'e-Learning and Digital Learning', in Encyclopedia of the Sciences of Learning. doi: 10.1007/978-1-4419-1428-6\_431.
- Wheeler, S. (2013) 'Digital literacies for engagement in emerging online cultures', eLC Researcj Paper Series.
- Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R. and Sidhi, T. A. P. (2016) 'Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta', Jurnal ASPIKOM, 3(1), p. 1. doi: 10.24329/aspikom.v3i1.95.