EXERO, e-ISSN 2655-1519, p-ISSN 2655-1527, Vol. 05, No. 02, November 2022
EXERO: Journal of Research in Business and Economics
http://e-journal.usd.ac.id/index.php/exero
Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Peran *Digital Marketing* sebagai *Skills* Kewirausahaan di Era *Society* 5.0

David Hidayatullah[1], Fahmi Fathur Rohman[2], dan Rifki Utama[3]
[1,2,3]Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Semarang
davidhidayatullah2019@gmail.com,

DOI : */doi.org/10.24071/exero.v5i2.6156*

Abstrak

Latar belakang dalam penyusunan penelitian ini adalah untuk menjawab tantangan bagaimana peran digital marketing sebagai salah satu skills berwirausaha di era society 5.0. sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peran digital marketing dalam meningkatkan skills berwirausaha di era society 5.0 dimana saat ini arus informasi teknologi semakin berkembang pesat. untuk menjawab tantangan yang terjadi saat ini di era globalisasi teknologi sehingga diperlukan skills berwirausaha yang melek teknologi agar mampu meningkatkan hasil penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Subyek pada penelitian ini adalah pelaku usaha yang berada di sekitar kampus POLINES. Hasil penelitian diperoleh bahwa peningkatan skills berwirausaha melalui keterampilan digital marketing dapat meningkatkan hasil penjualan para pelaku usaha. Implikasi yang dapat diterapkan dalam penelitian ini adalah bahwa penggunaan meningkatkan skills berwirausaha tidak hanya dalam proses memproduksi dan menjual saja, namun diperlukan skills/keterampilan dalam memperkenalkan produk usahanya sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan.

Kata kunci: *Digital Marketing, Skills Kewirausahaan, Society 5.0*

Abstract

The background in the preparation of this research is to answer the challenge of how the role of digital marketing as one of the entrepreneurial skills in the era of society 5.0. while the purpose of this study is to find out the role of digital marketing in improving entrepreneurship skills in the era of society 5.0 where the current flow of information technology is growing rapidly. to answer the challenges that occur today in the era of technological globalization so that technology literate entrepreneurship skills are needed to be able to increase sales results. The research method used is descriptive qualitative with data analysis used in this study is qualitative data analysis consisting of three flow of activities that occur simultaneously, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. The subjects in this study were business actors around the POLINES campus. The results showed that increasing entrepreneurship skills through digital marketing skills can increase the sales results of business actors. The implication that can be applied in this research is that the use of improving entrepreneurship skills is not only in the process of producing and selling, but also requires skills/skills in introducing business products so as to increase sales results.

Keywords: Digital Marketing, Entrepreneurship Skills, Society 5.0

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 yang melanda sampai saat ini menyebabkan kelumpuhan pada berbagai bidang, tak terkecuali pada bidang ekonomi. Pada saat pandemi Covid-19 seperti saat ini sektor ekonomi mengalami keterpurukan, ditunjukan dengan adanya pengurangan produksi karena perminataan yang semakin menipis, sehingga berakibat pada pengurangan karyawan. Hal ini berdampak pula pada kehidupan bersosial dan mengakibatkan keadaan ekonomi Indonesia menjadi semakin terpuruk. Berdasarkan kondisi tersebut maka diperlukan inovasi dalam berwirausaha agar memiliki daya jual yang tinggi. Inovasi berwirausaha yang dapat dilakukan dimasa pandemi covid-19 ini salah satunya yaitu dari segi sosialisasi atau marketing, sehingga memudahkan pembeli untuk mengakses.

Kehadiran revolusi industri 4.0 dan selanjutnya yang saat ini sedang masyarakat orientasi adalah society 5.0, mejadikan teknologi digital dan internet sebagai pangkal dalam teknologi telah merubah paradigma kehidupan dalam bermasyarakat. Melalui *Society* 5.0, kecerdasan buatan yang memperhatikan sisi kemanusiaan akan mentransformasi jutaan data yang dikumpulkan melalui internet pada segala bidang kehidupan dapat membatu masayarakat dalam mempermudah pekerjaan, skllis ini pula yang seharusnya dimiliki oleh generasi muda saat ini. Generasi muda Indonesia, dalam hal ini, berperan sebagai masyarakat yang mengaplikasikan *roadmap* tersebut, sehingga sebagai generasi muda harus siap dalam menciptakan dan menggunakan teknologi pada era *society 5.0.* Pemanfaatan teknologi di era *society 5.0* yang dimaksud dalam proses berwirausaha yaitu dengan penggunaan automatisasi yang berpusat pada sistem jaringan intenet dan digitalisasi media dalam berwirausaha saat ini.

Berdasarkan hasil pengamatan mengenai bisnis melalui media dan berbisnis bahwa saat ini pendidikan kewirausahaan (*enterpreneurship*) di Indonesia menjadi trend. Hal ini ditandai dengan beberapa pendidikan *life skills* yang diterapkan di sekolah atau kampus sebagai penunjang dalam proses pembelajaran melalui proses pendidikan kewirausahaan. Semangat berwirausaha ini menjadi modal generasi muda dalam menyiapkan diri menjadi seorang enterpreneur. Namun dengan kondisi pandemi covid-19 saat ini banyak tantangan harus dihadapi, untuk itu perlu adanya inovasi dalam berwirausaha, salah satunya dengan pemanfaatan media digital guna

mensosialisasikan barang usahanya. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI secara khusus menargetkan visi ekonomi Indonesia 2020 yaitu "*The Digital Energy of Asia*" dengan target pertumbuhan transaksi *e-commerce* sebesar USD 130 miliar". Hal ini sejalan dengan gagasan dalam karya ilmiah ini, bahwa perlunya inovasi dalam proses berwirausaha melalui digital marketing yang akan memudahkan para wirausahawan muda dalam mempromosikan barang usaha yang dimiliki.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa menurut responden banyak sekali tantangan yang harus dihadapi seperti kurangnya pengetahuan cara menggunakan media sosial dan pemanfaatan digital marketing yang baik dalam berwirausaha yang merupakan permasalahan paling sering terjadi bagi pelaku usaha untuk memulai usahanya, namun ada juga yang sudah memulai bisnis melalui virtual sebelum pandemi berlangsung sehingga pelaku bisnis virtual tersebut perlu meningkatkan *skills* demi menghadapi persaingan yang menjadi ketat, pada dasarnya pada saat pandemi berlangsung binis virtual sangatlah unggul dari berbisnis secara langsung dan metode tersebut masih diterapkan hingga saat ini di era kebiasaan baru yang telah di tetapkan pemerintah hal tersebut merupakan pemanfaat *skills* dalam berwirausaha, tentunya orang orang tersebut sudah tertanam s*kills* berwirausaha, perlunya menerapkan aspek-aspek berwirausaha demi kesuksesan dalam berwirausaha. Untuk menjawab tantangan tersebut maka bagaimana peran digital marketing dalam mewujudkan *skills* berwirausaha di era *society 5.0* pada generasi muda saat ini. Melalui peran digital marketing diharapkan dapat meningkatkan *skills* berwirausaha generasi muda dalam menghadapi era *society 5.0* dimana saat ini arus informasi teknologi semakin berkembang pesat.

Kajian Literatur

Skills Kewirausahaan

Kewirausahaan tidak identik dengan watak/ciri wirausahaan semata, karena sifat-sifat wirausahawanpun dimiliki oleh seseorang wirausahaan. Kewirausahaan seolah identik dengan kemampuan para wirausahawan dalam dunia usaha (*business*). Banyak literatur mengungkapkan bahwa esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengkombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing (Setiawan, 2012: 132).

Menurut Thomas W Zimmerer, menyatakan bahwa Kewirausahaan adalah keinovasian aplikasi dan kreativitas untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang yang lain hadapi setiap hari. Adapun menurut Peter F Drucker (2018: 11) kewirausahaan adalah kemampuan untuk membuat atau menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Kewirausahaan memiliki peran penting dalam kehidupan dan pembangunan suatu bangsa. Kewirausahaan harus hadir dalam semua aspek kehidupan.

Kewirausahaan (bahasa Inggris: *Entrepreneurship*) atau Wirausaha adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. *(https://id.wikipedia.org/wiki/Kewirausahaan).* Belajar berwirausaha dalam kehidupan yang serba kompetitif menuntut pelaku usaha untuk mampu menguasai beberapa keterampilan yang aplikatif. Keterampilan ini yang selanjutnya akan dijadikan bekal dalam proses berwirausaha agar lebih berkembang.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas bahwa wirausaha adalah orang yang memiliki bakat dan melihat kesempatan untuk membuat inovasi produk yang sifatnya memiliki nilai dalam bentuk materi dan dalam proses pembuatan produk tersebut harus dilakukan secara modern dan memasarkannya seluas mungkin sehingga tidak menutup kemungkinan seorang wirausaha pandai dalam penyusunan manajemen operasi untuk pengadaan produk baru, dengan menerapkan aspek aspek yang telah diterapkan secara umum ia dapat mengembangkan *skill* dan kualitas diri dalam berwirausaha.

Skills/keterampilan merupakan kepandaian melakukan dengan cepat dan benar. Keterampilan ini yang dianggap aplikatif untuk kondisi kehidupan di zaman yang serba modern khususnya *skills*/keterampilan berwirausaha. Menurut Saroni (2012: 87-91) mengatakan terkait dengan eksitensi keterampilan kewirausahaan dalam kehidupan, setidaknya kita mendapati beberapa hal penting sebagai bagian integral dari kewirausahaan, yaitu sebagai berikut.

1) Meningkatkan kualitas SDM Hal paling penting dalam kehidupan kita adalah bagaimana kita berperan aktif di dalamnya. Kita adalah bagian bagian integral

dalam kehidupan. Dimana kita berada, sudah seharusnya kita berperan di lingkungan tersebut. Kita harus ikut mewarnai kehidupan ini dengan kompetensi yang dimiliki. Dengan demikian, keberadaan kita dalam masyarakat mempunyai nilai tambah.

2) Meningkatkan nilai jual, di zaman sekarang ini pekerjaan merupakan sesuatu yang sudah mulai langka untuk dicari. Sudah saatnya kita mengembangkan diri sebagai pencipta lapangan kerja bagi masyarakat. Selama ini yang terjadi adalah terkosentarsinya lulusan pada keinginan untuk mencari pekerjaan di perusahaan-perusahaan. Kondisi ini tentu saja menyebabkan turunnya nilai para lulusan.

Menurut Kuriloff, John M. Memphil, Jr dan Douglas cloud (1993:8), ada 4 kemampuan utama yang diperlukan untuk mencapai pengalaman agar kewirausahaan berhasil, diantaranya :

1) *Technical competence*, yaitu memiliki kompetensi dalam bidang rancang bangun(*know-how*)sesuai dengan bentuk usaha yang akan dipilih. Misalnya, kemampuan dalam bidang teknik produksi dan desain produksi. Ia harus betul-betul mengetahui bagaimana barang dan jasa itu dihasilkan dan disajikan.
2) *Marketing competence*, yaitu memiliki kompetensi dalam menemukan pasar yang cocok, mengidentifikasi pelanggan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Iaharus mengetahui bagaimana menemukan peluang pasar yang spesifik, misalnya pelanggan dan harga khusus yang belum digarap pesaing.
3) *Financial competence*, yaitu memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, mengatur pembelian, penjualan, pembukuan, dan perhitungan laba/rugi. Ia harus mengetahui bagaimana mendapatkan dana dan cara menggunakannya.
4) *Human relation competence*, yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar perusahaan. Wirausahawan harus mengetahui hubungan interpersonal secara sehat.

Sedangkan menurut Norman M. Scarborough (1993), kompetensi kewirausahaan yang diperlukan sebagai syarat-syarat bisnis tersebut, meluputi:

1) Proaktif, yaitu selalu ada inisiatif dan tegas dalam melaksanakan tugas.
2) Berorientasi pada prestasi/kemajuan, cirinya: selalu mencari peluang, berorientasi pada efisiensi, konsentrasi untuk kerja keras, malakukan perencanaan yang sistematis, dan selalu memonitor (*cek and recek*).

3) Komitmen terhadap perusahaan atau orang lain, cirinya: selalu penuh komitmen dalam mengadakan kontrak kerja, mengenal tentang betapa penting hubungan bisnis.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka, untuk menambah dan meningkatkan kualitas diri, salah satu langkah konkret yang harus dilakukan oleh seorang wirausahawan adalah dengan mengikuti proses pendidikan dan pembelajaran, baik secara formal maupun non formal. Proses ini dilakukan dengan menambah pengetahuan dan keterampilan yang aplikatif terhadap kebutuhan hidup. Berwirausaha adalah seni yang memerlukan ilmu, keuletan, dan mental pantang menyerah. Mendirikan usaha boleh jadi sangat mudah, tetapi membangun usaha agar sukses tidaklah mudah, membutuhkan ketekunan, kekuatan mental, komitmen moral dan semangat juang yang tinggi. Jika memiliki kemauan maka bisa saja ia belajar mengenai apa apa saja yang diperlukan untuk mengsukseskan berwirausaha sesuai dengan aspek aspek yang sudah ada berwirausaha perlu adanya peningkatan *skills*. *Skills*/kemampuan yang harus dimiliki tersebut akan terus berkembang seiring dengan berjalannya usaha yang di ciptakan.

Digital Marketing

Pada era digital saat ini berpengaruh pada tren marketing semakin berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi. *Digital marketing* merupakan segala usaha yang dilakukan dalam proses pemasaran suatu produk atau jasa yang bernilai melalui atau menggunakan media internet. *Digital marketing* atau biasa disebut dengan pemasaran digital, yang dimaksud dengan pemasaran digital adalah upaya yang dilakukan sebuah market/perusahaan baik mikro maupun makro untuk memasarkan produk yang memakai perangkat internet. *Digital marketing* berada di dalam sub isi promosi yang didalamnya mempromosikan suatu produk atau jasa, prodesen mengawali kegiatannya dalam membangun berbagai saluran informasi, dan persuasi untuk menjual, serta memperkenalkan suatu gagasan dari suatu produk yang ingin dipasarkan (Ray dalam Morissan, 2008). Salain itu digital marketing dapat dikontrol dengan riil time. Manfaat bagi konsumen dengan adanya *digital marketing* ini adalah dapat lebih mundah untuk mendapatkan produk atau jasa (Kusumaastuti dan Purnama, 2015). *Skills* berwirausaha tidak hanya mampu menciptakan sebuah produk

saja, melainkan memiliki pula kemampuan mempromosikan barang usahanya, salah satunya menggunakan *digital marketing.*

Digital marketing dapat menjadi peluang bagi wirausahawan untuk mendapatkan perhatian pelanggan. Pemasaran digital sebagai pemanfaatan teknologi digital untuk membuat interaksi terintegrasi, tujuan dan terukur untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan sekaligus menciptakan hubungan lebih dekat antara pelanggan dengan pemilik usaha. Keterampilan wirausaha dalam mempromosikan produknya dimasa pandemi Covid-19 saat ini sangat berkaitan erat dengan penggunaan media teknologi dan internet, beberapa media yang diguanakan adalah media sosial, *website*, *blog*, dan lain sebagainya. Hal ini sangat membutuhkan kemampuan dalam penggunaan teknologi sehingga para pelaku wirausaha harus memiliki *skills* berwirausaha khususnya pada kemampuan penggunaan digital marketing.

Era *Society 5.0*

Konsep *society 5.0* merupakan sebuah penyempurnaan dari konsep sebelumnya yaitu *society 4.0*, dimana pada era ini telah mengenalkan masyarakat terhadap program komputer hingga internet pada kehidupan sehari-hari. Perubahan selanjutnya yang saat initerjadi adalah era *society 5.0* yakni era dimana semua berbasis teknologi internet, kini teknologi menjadi bagian sangat penting yang tidak terpisahkan bagi kehidupan manusia dan masyarakat. Menurut Fukuyama (2018: 47) mendefinisikan bahwa *society 5.0* merupakan masyarakat yang terpusat pada manusia dimana dapat menyeimbangkan antara kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial menggunakan sistem yang mengintegrasikan dunia maya dengan fisik.

Transformasi digital pada beberapa wilayah atau negara menggunakan istilah berbeda. Era *society 5.0* memiliki nilai baru yang diciptakan melalui inovasi akan menghilangkan kesenjangan regional, usia, jenis kelamin dan bahasa dan memungkinkan penyediaan produk dan layanan yang disesuaikan dengan baik untuk beragam kebutuhan individu dan kelompok.

Metode Penelitian

Metode pada penulisan karya ilmiah ini menggunakan metode deskriptif, yaitu memberikan gambaran tentang fenomena tertentu atau aspek kehidupan tertentu dari masyarakat saat ini yang sedang diteliti. Menurut Denzin dan linchon (dalam Moleong, 2011: 5) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Latar alamiah ini dengan maksud agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena dan yang dimanfaatkan untuk penelitian kualitatif adalah berbagai macam metode penelitian.

Lokasi penelitian dalam penelitian ini di lingkungan kampus POLINES dan wilayah Tembalang, Semarang, wawanacara yang dilakukan pada hari Minggu pukul 09.00 WIB tanggal 12 November 2021 yang dilakukan melalui *platform zoom meeting*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan indikator yang menjadi fokus penelitian yaitu skills berwirausaha dan digital marketing.

Metode wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur yang bertujuan untuk mengumpulkan data keterangan dari para pelaku usaha untuk mengetahui keterampilan yang dimiliki dalam mempromosikan bidang usaha dan kemampuan penggunaan teknologi dalam promosi usaha.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, menurut Miles, (1992: 17) yaitu:

1) Reduksi data

   Reduksi data yaitu proses penelitian, pemusatan perhatian pada penyerdehanaan, pengabstrakan, tranformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi.

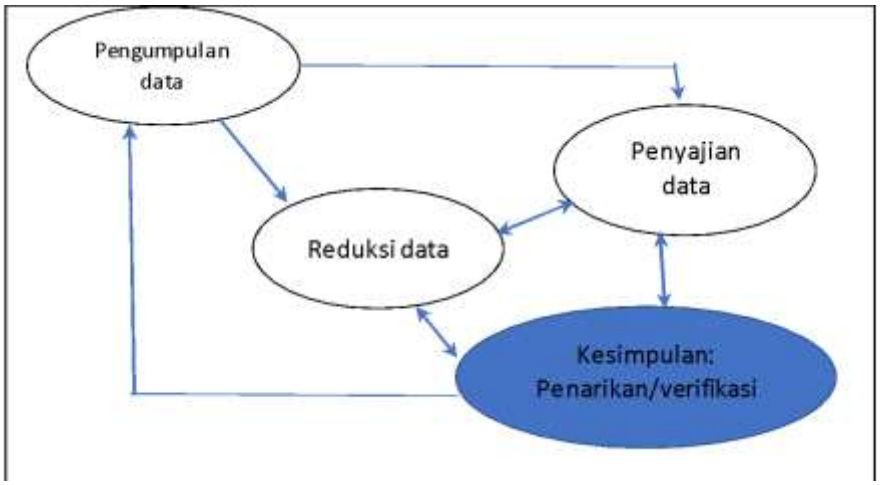
2) Penyajian data

Sajian data yaitu menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dalam pengambilan tindakan.

3) Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan yaitu langkah terakhir dari analisis data. Dalam penarikan kesimpulan ini harus didasarkan pada reduksi data dan sajian data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian.

Berdasarkan ketiga tahapan tersebut maka dapat dilakukan sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar, untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis, dapat digambarkan dalam bagan berikut ini:



Gambar 1. Komponen-komponen analisis data (Miles, 1992: 20)

Hasil dan Pembahasan

Berkembangnya teknologi digital berpengaruh pada sektor industri khususnya bidang kewirausahaan yang memiliki peluang besar untuk berkembang. Penggunaan akses internet yang semakin besar di seluruh dunia tak terkecuali di Indonesia membarikan dampak positif dalam perkembangan wirausaha dimasa pandemi covid-19 seperti saat ini. Hal ini tentunya membuka jalan bagi para wirausahawan kecil untuk mengembangkan usahanya melalui digital marketing.

Sebagai upaya dalam mendukung kebijakan ekonomi dan kemajuan teknologi, maka diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas dan berjiwa inovatif yang memiliki skilss berwirausaha di era digital *society 5.0* saat ini. Persaingan bisnis akan menjadi lebih ketat. Karena semakin banyak perusahaan yang muncul maka

persaingan akan menjadi lebih ketat terutama perusahaan-perusahaan yang memiliki proses bisnis, *marketplace* dan target pemasaran yang sama. Pemasaran dan periklanan akan tumbuh dan lebih kreatif. Karena era *society* 5.0 merupakan era transformasi digital yang akan mempermudah pemasaran dan periklanan produk sehingga tumbuh dan lebih kreatif serta akan menarik minat konsumen.

Kemitraan bisnis akan semakin terbuka lebar. Penggunaan internet akan membuka akses terhadap lintas batas antar negara, sehingga peluang untuk bermitra bisnis akan terbuka lebar tidak terbatas dalam satu negara saja tetapi bisa menggapai dunia internasional. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti diperoleh bahwa hasil produksi yang dilakukan oleh para pelaku usaha setelah menggunakan media informasi berbantuan internet salah satuanya media sosial, maka diperoleh adanya peningkatan dalam hasil penjualan.

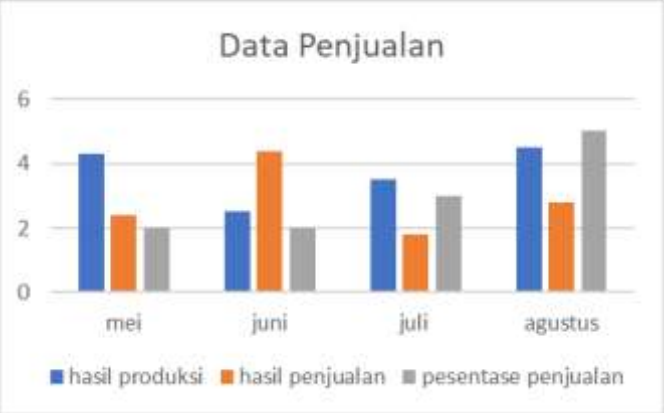
Hasil penjualan = Hasil produksi - Hasil pengeluaran

Persentase penjualan = hasil Pengeluaran ÷ hasil produksi × 100%.

Tabel 1 Hasil penjualan selama bulan Juli – November

bulan	Hasil produksi	Hasil penjualan	Persentase penjualan
Juli	54 pcs	48 pcs	88,9%
Agustus	30 pcs	27 pcs	90%
September	57 pcs	57 pcs	100%
Oktober	-	-	-
November	18 pcs	18 pcs	100%

Berdasarkan data tersebut diatas maka dapat dideskripsikan bahwa hasil penjualan selama lima bulan yang dilakukan oleh pelaku usaha setelah menggunakan media *digital marketing* yang dimilikinya bahwa adanya peningkatan hasil penjualan hal ini ditandai dengan peningkatan prosentasi yang diperoleh setiap bulannya.



Grafik 1 Data peningkatan penjualan menggunakan *digital marketing*

Penggunaan media sosial sebagai alat untuk memperkenalkan produk mereka, memanfaatkan media sosial untuk bisnis atau dapat disebut pula dengan digital marketing merupakan cara yang bijak dalam penggunaan media sosial. Selain itu para wirausaha juga harus memiliki kepercayaan diri dan keterampilan/*skills* dalam mengkomunikasikan produk yang mereka tawarkan sehingga menarik pelanggan untuk membeli atau menggunakannya. Hadirnya digital marketing ini mempermudah pengusaha/penjual untuk menjalankan usahanya baik secara mikro maupun makro. Dengan menggunakan *digital marketing* dalam proses berwirausaha maka menumbuhkan skills para wirausahawan dalam mengembangkan produknya sehingga dapat sejajar dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat khususnya di era *society 5.0* saat ini yang memerlukan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan media teknologi dan internet.

Kesimpulan, Implikasi, Saran dan Keterbatasan

Kesimpulan ini dibuat berdasarkan hasil data penelitian yang telah dilakukan, berdasarkan hasil bahwa *skills* berwirausaha di era society 5.0 saat ini dalam penggunaan teknologi dan internet memberikan dapat yang efektif untuk penggunaan media digital marketing berwirausaha sangat membantu dalam peningkatan hasil penjualan. Implikasinya bahwa memiliki keterampilan dalam berwirausaha harus sejalan dengan peningkatan teknologi yang terjadi dalam kehidupan sehingga dapat membantu dalam berwirasaha masayarakat. Keterampilan dalam pengelolaan teknologi dan internet pada dunia usaha dan dunia industri adalan dengan menggunakan model digital marketing dalam proses memperkenalkan produk.

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini bahwa masyarakat khususnya dalam berwirausaha harus memiliki pikiran terbuka dan percaya diri menerima arus perubahan global yang semakin pesat, khususnya dibidang teknologi. Para pelaku usaha diharapkan dapat trampil dan mahir dalam penggunaan teknologi dan internet guna memasarkan produknya keseluruh pelosok negeri, sehingga mampu bersaing dengan pelaku usaha lain baik mikro maupun makro.

Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah jenis digital marketing yang belum berupa aplikasi *e-commerce* sehingga masih terlalu umum dalam menjabarkan media digital marketing yang masih berfokus pada penggunaan media sosial.

Referensi

A, M, Morissan. (2008). *Menejemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group

Fukuyama, Mayumi. 2018. *Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society*. Japan Economy Foundation Journal - Japan SPOTLIGHT. https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf. diakses tanggal 27 Agustus 2019.

Moeleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosda Karya. Miles, Mattew B, Huberman Michael A. 1992. Analisis data kualitatif. Jakarta: Universitas Indonesia.

Kuriloff, Arthur H., John M. Memphil, Jr. Douglas Cloud. (1993). *Starting And Managing The Small Business 3rd ed*. New York : Mc Graw Hill.

Kusumaastuti, Purnama. 2015. *Strategi dan Langkah-langkah UMKM dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).*

Saroni, Muhamad. 2012. *Mendidik Dan Melatih Entrepreneur Muda*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media

Setiawan, Toni. 2012. *Panduan Sikap Dan Perilaku Entrepreneurship*. Jakarta: PT Suka Buku

Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.