

---

## **MINDSET KERDIL YANG MENYEBABKAN BISNIS TIDAK DAPAT MENJANGKAU KALANGAN PEMUDA**

Zulfa Izzatun Nikmah ; Harsono <sup>1) 2)</sup>

Universitas Muhammadiyah Surakarta <sup>1), 2)</sup>

[a210200002@student.ums.ac.id](mailto:a210200002@student.ums.ac.id) ; [har152@ums.ac.id](mailto:har152@ums.ac.id) <sup>1)</sup>,

<sup>2)</sup>

### **Abstrak**

Jumlah pengangguran di Perguruan Tinggi masih banyak, mereka lebih memilih menjadi pekerja daripada menjadi pemilik lapangan pekerjaan. Berpikir kerdil dan penolakan atas keinginan sudah menjadi kecenderungan dalam meraih kesuksesan. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan perilaku pemuda yang menolak berbisnis di masa pandemi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Instrumen adalah peneliti, yang berkedudukan sebagai siswa, yang berguru kepada para pelaku. Informasi hasil wawancara dikonfirmasi satu sama lain, dengan dokumen, dan hasil pengamatan. Analisis data dilakukan dengan model data tertata dalam situs. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang yang sudah terstruktur mendorong implementasi Industri 4.0 secara positif, sedangkan tantangan menghambat kemajuannya. Banyak pemuda yang menolak peluang usaha yang bagus dan terstruktur karena merasa besar egonya. Hidup akan lebih mudah dan kesuksesan dapat dicapai ketika berpikir positif. Karena Ucapan dan pikiran, mencerminkan kekuatan hidup.

**Kata kunci:** berfikir kerdil, memilih bisnis sebagai pekerjaan, pemuda, pemuda yang apatis.

### ***SMALL MINDSET THAT CAUSES BUSINESS CANNOT REACH YOUTH***

#### ***Abstract***

*There are still a lot of actions in universities, they prefer to be workers rather than job owners. Small thinking and resistance to desire has become a tendency to achieve success. The purpose of this study is to describe the behavior of youth who are reluctant to do business during a pandemic. This study uses a qualitative approach. The instrument is the researcher, who is located as a student, who studies with the actors. Information from interviews was confirmed with each other, with documents, and observations. Data analysis was carried out using a data model arranged on the site. The research results show that structured opportunities positively encourage the implementation of Industry 4.0, while challenges hinder its progress. Many young people reject good and structured business opportunities because they feel their egos are big. Life will be easier and success can be achieved when you think positively. Because speech and thoughts reflect the power of life*

**Keywords:** *stunted thinking, choosing business as a job, youth, apathetic youth.*

## PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 yang serba digital memunculkan berbagai provokasi dalam menghadapinya, tidak terkecuali mulai tergesernya bidang terapan ilmu ekonomi [1]. Pengusaha digital saat ini mereka memiliki cara baru untuk mengembangkan usaha didunia digital agar memberikan pengaruh sangat besar di seluruh dunia. Media sosial bukan hanya teknologi yang cepat namun mampu memberikan kenyamanan dan efektif bagi penggunaanya [2]. Teknologi membutuhkan orang yang terampil untuk mengembangkannya [3]. Tidak hanya produk dan proses saja namun juga bagaimana model bisnis untuk masa depan [4]. Lembaga keuangan percaya jika 83% aspek bisnis mereka beresiko [5]. Saat ini tanpa dipungkiri kita sudah hidup pada Era digital yang dimana semuanya serba instan, sehingga tidak memerlukan banyak tenaga manusia. Berbagai peluang yang bersumber dari teknologi terkadang orang tidak yakin untuk menggunakannya [6]. Dalam jurnal ini akan menyajikan suatu fenomena yang diakibatkan oleh digital entrepreneur yang tertuju kepada anak muda. Pentingnya bisnis untuk mengadopsi teknologi yang inovatif dan proyeknya bersifat terbuka [7]. Proses kolaboratif mengarah kepada pembentukan jejaring sosial media [8].

Diperkirakan bahwa orang yang tidak memiliki pekerjaan akan tetap tidak memiliki pekerjaan lebih lama (pengangguran jangka Panjang) [9]. Jumlah pengangguran di Perguruan Tinggi masih banyak, karena mereka lebih memilih menjadi pekerja daripada menjadi pemilik lapangan pekerjaan [10]. Hal yang paling mendasar adalah cara berpikir kerdil dan penolakan atas keinginan sudah menjadi kecenderungan untuk meraih kesuksesan. Setiap orang mempunyai keinginan mendapatkan kebahagiaan. Namun, keinginan ini sering menghilang sehingga, dampak dari tindakan itu timbul kesengsaraan [11]. Kendala

lain yang sering dialami yakni tidak berani untuk mencoba dan mengambil resiko [12].

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti bisa merumuskan masalah : *"Bagaimana cara supaya anak muda bisa berpikir positif untuk memulai mengembangkan bisnis?"*. Tujuan penelitian untuk mendeskripsikan perilaku pemuda yang menolak berbisnis di masa pandemi.

## MATERI DAN METODE

### Lingkup Penelitian

Area penelitian berada di lingkungan sekitar Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hanya sebagian anggota sampel yang dipilih untuk mewakili populasi secara acak, metode yang digunakan. Instrumen penelitian berupa wawancara lapangan dan observasi yang sudah dilakukan dari bulan September 2022 di cafe Manahan dan Gonilan, alat dan bahan yang digunakan berupa flipchart dan laptop.

### Desain penelitian

Data yang ter triangulasi adalah data valid, yang dicarikan maknanya, dilanjutkan analisis dengan model tertata dalam situs.



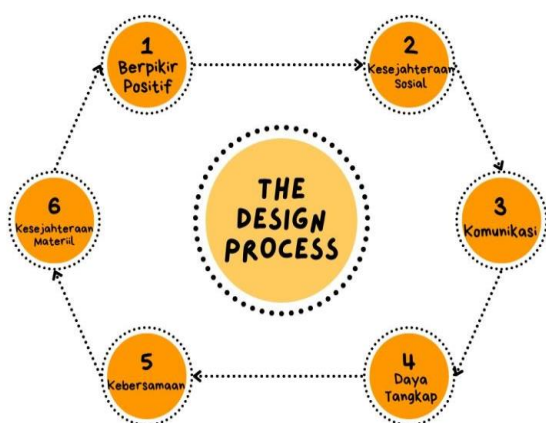
**Gambar 1.** Analisis desain penelitian

### Prosedur Penelitian

Proses penelitian dilakukan dengan mengumpulkan daftar nama terlebih dahulu melalui media whatsapp yang dicetak menggunakan aplikasi *contact to excel*. Kemudian dianalisis berdasarkan FAST (Finansial, ambisi, supel, dan teachable). Lalu membuat janji temu yang waktunya disepakati antara kedua belah pihak. Setelah itu di presentasi menggunakan flipchart/laptop dan dilakukan tindak follow up.

### PEMBAHASAN

Informasi valid hasil penelitian dapat disusun dalam hipotesis sebagai berikut:



**Gambar 2.** Tahapan hipotesis

Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan literasi, bahwa masih banyak anak muda yang pola pikirnya masih dalam paradigma umum. Hanya ada 10 orang yang masih memiliki minat di dunia bisnis. Kendala yang dihadapi pemuda adalah modal. Karena mereka masih mengharapkan kiriman uang dari orang tua, dan belum bisa mengatur uang belanja dengan baik, padahal uang yang kita sisihkan dari orang tua bisa kita gunakan untuk investasi atau memulai usaha. Selain kendala modal lainnya, sulitnya mendapat izin dari orang tua, rata-rata orang tua melarang anaknya untuk memulai berbisnis. Orang tua masih menganggap sebagai anak

kecil yang selalu meminta uang jajan. Kendala lainnya adalah mereka masih lebih suka bermain dengan teman-temannya daripada untuk memulai bisnis sejak dini.

Berpikir positif adalah kunci yang paling utama dalam menjalankan suatu bisnis dan memiliki dampak dalam kesejahteraan sosial. Perilaku juga menjadi salah satu aspek yang dapat membentuk niat seseorang untuk melakukan sesuatu [13]. Berpikir positif bukanlah suatu bakat yang dibawa sejak lahir, melainkan kemampuan yang dapat dilatih dan ditingkatkan agar dapat berkembang secara optimal dan untuk mencapai kebahagiaan [14]. Seperti biasa, ketika seseorang berbicara menggunakan bahasa yang bukan bahasa ibunya tiba-tiba ingin tegas tentang sesuatu, dia baik sengaja atau tidak sengaja, akan kembali dari bahasa kedua ke bahasa pertamanya [15]. Tahapan untuk mencapai kesuksesan sebagai berikut di bawah ini:

1. Keinginan untuk kerja keras
2. Mampu bekerjasama dengan orang lain [16].
3. Penampilan baik (good appearance) [17]
4. Yakin (self confidence). [18].
5. Tidak ragu dalam membuat keputusan.
6. Berpendidikan (portege education) [19].
7. Memiliki ambisi untuk maju [20].
8. Pandai berkomunikasi dengan orang lain [21].

#### Produktif

Komunikasi dan relasi menjadikan bisnis menjadi lebih berkembang pesat. Ketika marketingnya berkembang dengan pesat maka penyebaran informasinya akan lebih mendalam [22]. Dengan adanya komunikasi yang baik, memudahkan kita dalam menerima informasi usaha, seharusnya mulai dari sekarang pemuda dikenalkan oleh bisnis sehingga, di usia tuanya bisa tercapai kesejahteraan yang bersifat materiil. Multi Level Marketing merupakan industri yang berkembang di seluruh dunia

karena memiliki daya tarik dalam strategi pemasarannya [23].

Ekosistem dan Teknologi Digital mempunyai gambaran tertinggi 37,62% [24]. Suatu bisnis yang dijalankan dengan baik haruslah menghasilkan kualitas [25]. Kita perlu mempelajari bisnis untuk memperkuat daya saing di pasar digital [26]. Dapat diketahui bahwa saat ini pengangguran menjadi masalah yang serius di berbagai dunia khususnya Indonesia [27]. Fenomena ketidakmampuan dan ketidaksiapan dalam memasuki era digital ini bisa dilihat pada kalangan pebisnis yang masih bertahan dengan pola tradisional atau konvensional [28]. Perkembangan teknologi yang semakin cepat telah mengubah pemasaran dalam beberapa tahun terakhir [29]. Gaya hidup yang melatarbelakangi mengapa pemuda tidak mau terjun kedalam dunia bisnis [30].

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang yang sudah terstruktur mendorong positif implementasi Industri 4.0, sedangkan tantangan banyak menghambat kemajuannya [31]. Bahwasanya masih banyak pemuda ketika ditawarkan konsep peluang usaha yang bagus dan terstruktur mereka masih menolak dan merasa besar egonya. Kesempatan berharga yang ditawarkan tidak merekaanggapi dengan baik [32]. Padahal pengusaha pada umumnya menghadapi tantangan dalam meyakinkan investor tentang usaha yang terkait dengan ideide mereka [33]. Penggunaan teknologi dapat memperluas jaringan [34]. Teknologi yang tepat dan cara yang benar bisa diukur melalui pengetahuan yang dimiliki [35]. Kenaikan teknologi akan mempermudah dalam proses pengorganisasian [36]. Selama proses pengorganisasian, jaringan berulang kali disajikan dengan satu set pola stimulus ke lapisan input, tetapi tidak menerima informasi lain tentang pola stimulus [37].

Banyak dari pebisnis yang memulai bisnisnya dari masa perkuliahan [38]. Platform jejaring sosial telah banyak membawa sudut pandang ke kata elektronik

dari mulut ke mulut untuk berkomunikasi pada sistem [39].

Mahasiswa condong untuk memilih bidang studi yang mampu memberikan permintaan untuk menjadikan peluang "kaya". Etika dalam bisnis sesuai ajaran Islam yakni berdasar keadilan berbeda dengan etika sekuler pada umumnya [41]. Keadilan yang dimaksud ialah tidak ada yang saling dirugikan [42].

Kerugian tidak muncul sebab faktor internal tapi juga dari faktor eksternal yang tergantikan oleh teknologi dan tidak dipungkiri juga salah satu usaha yang kemungkinan masih bertahan adalah bisnis. Internet akan berkembang sebagaimana yang sudah terjadi selama ini [43].

Pengetahuan yang didapat tentang bagaimana organisasi memproses yaitu dengan menciptakan dan mengembangkan pengetahuan baru [44]. Setiap orang memiliki watak dan kemampuan dalam dirinya. Memberikan yang terbaik, bisa menempatkan potensinya untuk bekerja sama mencapai tujuan utama bisnis[45].

## **PENUTUP**

Semua perdataan mulai dari menghitung, menyimpan, serta meneliti informasi menjadikannya lebih fleksibel, mudah, dan lebih ekonomis. Pemuda era digital sekarang kurang memiliki kesadaran kuat untuk menuju kesuksesan karena mau menerima apa adanya tanpa adanya perubahan.

Berpikir positif tidak akan memikirkan hal negatif dengan berlebihan. Hal inilah yang seharusnya menjadi pedoman entrepreneur. Dalam diri mereka ada antusias, semangat yang tetap bertahan dalam setiap situasi sulit. Sehingga semua orang memiliki kesadaran dan keinginan kuat untuk menggapai kesuksesan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] R. Aurachman, "Perancangan Influence Diagram Perhitungan Dampak Dari Revolusi Industri 4.0 Terhadap Pengangguran Kerja," *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri. Ejournal.Itn.Ac.Id*, 2018. [Online]. Available: <https://Ejournal.Itn.Ac.Id/Index.php/JtMi/Article/Download/237/237>
- [2] R. Imtiaz, S. Q. Ul Ain Kazmi, M. Amjad, And A. Aziz, "The Impact Of Social Network Marketing On Consumer Purchase Intention In Pakistan: A Study On Female Apparel," *Manag. Sci. Lett.*, Vol. 9, No. 7, Pp. 1093–1104, 2019, Doi: 10.5267/J.Msl.2019.3.015.
- [3] M. Haseeb, H. I. Hussain, B. Ślusarczyk, And K. Jermstiparsert, "Industry 4.0: A Solution Towards Technology Challenges Of Sustainable Business Performance," *Soc. Sci.*, Vol. 8, No. 5, 2019, Doi: 10.3390/Socsci8050154.
- [4] J. Weking, "Leveraging Industry 4.0 – A Business Model Pattern Framework," *Int. J. Prod. Econ.*, Vol. 225, 2020, Doi: 10.1016/J.Ijpe.2019.107588.
- [5] I. Lee And Y. J. Shin, "Fintech: Ecosystem, Business Models, Investment Decisions, And Challenges," *Bus. Horiz.*, Vol. 61, No. 1, Pp. 35–46, 2018, Doi: 10.1016/J.Bushor.2017.09.003.
- [6] M. Rachinger, R. Rauter, C. Müller, W. Vorraber, And E. Schirgi, "Digitalization And Its Influence On Business Model Innovation," *J. Manuf. Technol. Manag.*, Vol. 30, No. 8, Pp. 1143–1160, 2019, Doi: 10.1108/Jmtm-01-2018-0020.
- [7] S. Adhami, "Why Do Businesses Go Crypto? An Empirical Analysis Of Initial Coin Offerings," *J. Econ. Bus.*, Vol. 100, Pp. 64–75, 2018, Doi: 10.1016/J.Jeconbus.2018.04.001.
- [8] L. Beranek, "The Development Of An In-House Affiliate Marketing Network – A Case Study," *Int. J. Internet Mark. Advert.*, Vol. 13, No. 3, Pp. 271–283, 2019, Doi: 10.1504/Ijima.2019.102580.
- [9] [9] K. Kroft, F. Lange, M. J. Notowidigdo, And L. F. Katz, "Longterm Unemployment And The Great Recession: The Role Of Composition, Duration Dependence, And Nonparticipation," Vol. 34, No. 1, 2015.
- [10] S. Budiyanto, D. Tetap Program Studi Pendidikan Akuntansi, D. Tetap Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Jl A Yani Tromol Pos, And P. Surakarta, "Membidik Mahasiswa Sebagai Calon Wirausahawan," *J. Pendidik. Ilmu Sos.*, Vol. 25, No. 2, Pp. 34–45, 2015.
- [11] D. T. Harjanti, "Kontribusi Badan Usaha Milik Desa Dalam Menurunkan Tingkat Pengangguran Pada Penduduk Usia Kerja," *Geodika: Jurnal Kajian Ilmu Dan*

- Pendidikan ....  
Scholar.Archive.Org, 2021.  
[Online]. Available:  
[https://scholar.archive.org/work/ue2xfexnlzuw5cp2zco5i/access/wayback/http://ejournal.hamzanwadi.ac.id/index.php/gdk/article/download/3331/pdf\\_41](https://scholar.archive.org/work/ue2xfexnlzuw5cp2zco5i/access/wayback/http://ejournal.hamzanwadi.ac.id/index.php/gdk/article/download/3331/pdf_41)
- [12] Aditia Edy Utama, "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する分散構造分析title," Pp. 1-14, 2017.
- [13] N. N. Islami, "The Effect Of Digital Literacy Toward Entrepreneur Behaviors Through Students' Intention Entrepreneurship On Economics Education Study Program At Jember," *Iop Conf. Ser. Earth Environ. Sci.*, Vol. 243, No. 1, 2019, Doi: 10.1088/1755-1315/243/1/012084.
- [14] A. Y. Prasetya, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengangguran Di Jawa Tengah Tahun 2011-2015. *Eprints.Ums.Ac.Id*, 2017. [Online]. Available:<http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/53996>
- [15] H. Qing, J. Deng, And D. Fu, "Research On Network Marketing Reform Under The Background Of Big Data," *J. Phys. Conf. Ser.*, Vol. 1744, No. 3, 2021, Doi: 10.1088/17426596/1744/3/032006.
- [16] J. Weking, M. Stöcker, M. Kowalkiewicz, M. Böhm, And H. Krcmar, "Leveraging Industry 4.0 – A Business Model Pattern Framework," *Int. J. Prod. Econ.*, Vol. 225, P. 107588, 2020, Doi: 10.1016/J.Ijpe.2019.107588.
- [17] J. Nagy, "The Role And Impact Of Industry 4.0 And The Internet Of Things On The Business Strategy Of The Value Chain-The Case Of Hungary," *Sustain.*, Vol. 10, No. 10, 2018, Doi: 10.3390/Su10103491.
- [18] F. Ciampi, "Exploring The Impact Of Big Data Analytics Capabilities On Business Model Innovation: The Mediating Role Of Entrepreneurial Orientation," *J. Bus. Res.*, Vol. 123, Pp. 1-13, 2021, Doi: 10.1016/J.Jbusres.2020.09.023.
- [19] N. M. P. Bocken And T. H. J. Geradts, "Barriers And Drivers To Sustainable Business Model Innovation: Organization Design And Dynamic Capabilities," *Long Range Plann.*, Vol. 53, No. 4, P. 101950, 2020, Doi: 10.1016/J.Lrp.2019.101950.
- [20] M. D. M. D. P. Andrés, "The Power Of Networks In The Marketing Of Pedagogical Ideals: The Dalton Plan In Great Britain (1920-1925)," *Hist. Educ.*, Vol. 47, No. 6, Pp. 840-864, 2018, Doi: 10.1080/0046760x.2018.1493749.
- [21] S. Kraus, C. Palmer, N. Kailer, F. L. Kallinger, And J. Spitzer, "Digital Entrepreneurship: A Research Agenda On New Business Models For The Twenty-First Century," *Int. J. Entrep. Behav. Res.*, Vol. 25, No. 2, Pp. 353- 375, 2019, Doi: 10.1108/Ijebr-062018-0425.
- [22] C. Gao, H. Du, W. Wu, And H. Wang, "Viral Marketing Of Online

- Game By Ds Decomposition In Social Networks," *Theor. Comput. Sci.*, Vol. 803, No. March, Pp. 10–21, 2020, Doi: 10.1016/J.Tcs.2019.03.006.
- [23] P. K. Senyo, K. Liu, And J. Effah, "Digital Business Ecosystem: Literature Review And A Framework For Future Research," *Int. J. Inf. Manage.*, Vol. 47, No. January, Pp. 52–64, 2019, Doi: 10.1016/J.Ijinfomgt.2019.01.002.
- [24] P. K. Senyo, "Digital Business Ecosystem: Literature Review And A Framework For Future Research," *International Journal Of Information Management*, Vol. 47, Pp. 52–64, 2019. Doi: 10.1016/J.Ijinfomgt.2019.01.002.
- [25] S. Aisyah And R. Hardiyati, "Coauthorship Pattern In Research On Energy Sector: Social Network Analysis," *J. Ekon. Pembang. Kaji. Masal. Ekon. Dan Pembang.*, Vol. 20, No. 1, Pp. 50–59, 2019, Doi: 10.23917/Jep.V20i1.7735.
- [26] D. Klimanov, "Linking Business Model Research And Marketing: New Network-Based Approach To Business Model Analysis," *J. Bus. Ind. Mark.*, Vol. 34, No. 1, Pp. 117–136, 2019, Doi: 10.1108/Jbim-12-2017-0330.
- [27] H. Wijayanto And S. Olde, "Dinamika Permasalahan Ketenagakerjaan Dan Pengangguran Di Indonesia," *J. Bina Bangsa Ekon.*, 2020, [Online]. Available: [Http://Jbbe.Lppmbinabangsa.Id/Index.P Hp/Jbbe/Article/View/33](http://Jbbe.Lppmbinabangsa.Id/Index.PHp/Jbbe/Article/View/33)
- [28] Q. Hudha, M. Michael, And D. Lestari, "Pengaruh Inflasi Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Pengangguran," *J. Ilmu Ekon.* ..., 2017, [Online]. Available: [Https://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jiem/Article/View/1635](https://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jiem/Article/View/1635)
- [29] S. Suranto Et Al., "Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah Di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten," *J. Pengabd. Kpd. Masyarakat*), Vol. 6, No. 1, Pp. 123–136, 2022, [Online]. Available: [Http://Ejurnal.Ikipgribojonegoro.Ac.I D/Index.Php/J-Abdipamas](http://Ejurnal.Ikipgribojonegoro.Ac.I D/Index.Php/J-Abdipamas)
- [30] S. Hastuti, M. Y. Padmawati, And Harsono, "Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Mahasiswa," *Semin. Nas. Pendidik. Pengemb. Kualitas Pembelajaran Era Gener. Milen.* 2019, Pp. 86–91, 2019.
- [31] P. Maresova, "Consequences Of Industry 4.0 In Business And Economics," *Economies*, Vol. 6, No. 3. 2018. Doi: 10.3390/Economies6030046.
- [32] T. Zhang And J. Wang, Design And Implementation Of Cow Chewing Behavior Recognition Based On Sound Sensor, Vol. 1088, No. Dpta. 2020. Doi: 10.1007/978-981-15-14685\_96.
- [33] N. J. Foss And T. Saebi, "Business Models And Business Model Innovation: Between Wicked And

- Paradigmatic Problems," Long Range Plann., Vol. 51, No. 1, Pp. 9–21, 2018, Doi: 10.1016/J.Lrp.2017.07.006.
- [34] Y. Wang, M. Rod, Q. Deng, And S. Ji, "Exploiting Business Networks In The Age Of Social Media: The Use And Integration Of Social Media Analytics In B2b Marketing," J. Bus. Ind. Mark., Vol. 36, No. 12, Pp. 2139– 2149, 2021, Doi: 10.1108/Jbim-052019-0173.
- [35] T. Sulistyanyngtyas, J. Jaelani, And D. Waskita, "Bandung Akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital," J. Sosioteknologi, Vol. Edisi 27, No. 11, Pp. 157–168, 2012. [36] A. Models, "Unemployment And Business Cycles B," Vol. 84, No. 4, Pp. 1523–1569, 2016, Doi: 10.3982/Ecta11776.
- [37] M. Gao, "Marketing Strategy Selection Of Referral Reward Under Social Network: Rrws, Rrms, Or Dual Strategy?," Int. Trans. Oper. Res., Vol. 29, No. 3, Pp. 1970–2001, 2022, Doi: 10.1111/Itor.12842.
- [38] D. Hasmidyani, Suranto, And B. E. Soetjipto, "Conceptual Model On Entrepreneurial Intention In Higher Education," Humanit. Soc. Sci. Rev., Vol. 7, No. 3, Pp. 17–24, 2019, Doi: 10.18510/Hssr.2019.733.
- [39] D. C. S. Sijabat, "The Impact Of Social Network Marketing And Customer Engagement On Purchase Intentions In Wedding Service Business," Proceedings Of 2020 International Conference On Information Management And Technology, Icimtech 2020. Pp. 97–102, 2020. Doi: 10.1109/Icimtech50083.2020.9211285.
- [40] D. Nasiopoulos, "The Role Of Digital Marketing In The Development Of A Distribution And Logistics Network Of Information Technology Companies," Springer Proceedings In Business And Economics. Pp. 267–276, 2021. Doi: 10.1007/978-3-030-57065-1\_27.
- [41] M. S. M. Taufik, "Applying The Islamic Marketing Ethics Among Small Scale Business Muslimpreneurs During Covid19 Mco: A Comparison Among Types Of Social Network System (Sns)," Aip Conference Proceedings, Vol. 2347. 2021. Doi: 10.1063/5.0052028.
- [42] J. Mowbray, "Job Search Information Behaviours: An Ego-Net Study Of Networking Amongst Young Jobseekers," J. Librariansh. Inf. Sci., Vol. 50, No. 3, Pp. 239–253, 2018, Doi: 10.1177/0961000618769965.
- [43] S. J. Hewko, "A Situational Analysis Of Registered Dietitians' Participation In Network Marketing," J. Hum. Nutr. Diet., 2022, Doi: 10.1111/Jhn.13093. [44] E. Hasan, D. E. Novianty, And S. Ermeila, "Pengaruh Perkembangan Koperasi Terhadap Kemiskinan Dan Pengangguran Di Provinsi Sumatera Selatan 2006-2019," Jemasi J. Ekon. ..., 2020, [Online]. Available: [Http://117.74.115.107/Index.Php/JemaSi/Article/View/104](http://117.74.115.107/Index.Php/JemaSi/Article/View/104)

- [45] N. Sari, "Analisis Pengaruh Tingkat Inflasi Dan Pengangguran Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Lampung Dalam Perspektif ...." Repository.Radenintan.Ac.Id, 2020. [Online]. Available: <Http://Repository.Radenintan.Ac.Id/11244/1/Cover - Bab I - Ii - Dapus.Pdf>

### **PROFIL SINGKAT**

Perkenalkan saya Zulfa Izzatun Nikmah lahir dan dibesarkan di klaten pada 4 Desember 2002; saya menempuh Pendidikan dari TK sampai SMA di kota Klaten dan melanjutkan jenjang studi di perguruan Tinggi Swasta di solo yakni Universitas Muhammadiyah Surakarta. Saya mengambil jurusan di FKIP prodi Pendidikan akuntansi; saat ini saya masih aktif sebagai mahasiswa semester 5 akhir di Universitas Muhammadiyah Surakarta.