

Era Digital Marketing 5.0 Bagi Pelaku Usaha UMKM di Kelurahan Rengas

Fadillah, Senen, Sri Nirmalawaty

Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

Email :

dosen02197@unpam.ac.id, dosen01888@unpam.ac.id, dosen02029@unpam.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan kegiatan yang mencakup upaya-upaya peningkatan kualitas para pelaku usaha UMKM diantaranya pelaksanaan pengalaman ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni budaya kepada masyarakat secara kelembagaan. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk melaksanakan salah satu kewajiban dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, dengan tujuan utamanya adalah untuk memberikan gambaran strategi yang dapat dilakukan dalam upaya melakukan pemetaan pengetahuan mengenai. Memotivasi para pelaku usaha mikro dalam perencanaan usaha UMKM, Selain itu diharapkan dengan pengabdian kepada masyarakat ini keberadaan perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi besar dalam pengembangan dan penerapan keilmuan di Masyarakat.

Digital marketing merupakan suatu bentuk program mempromosikan atau memasarkan sebuah produk dan merk dengan menggunakan media digital. Hal ini terjadi karena perkembangan teknologi dan juga pengguna internet sehingga internet menjadi sebuah market yang sangat prospektif. Digital marketing merupakan solusi untuk menjangkau pelanggan lebih banyak dengan dana yang sedikit. Kehadiran teknologi saat ini merupakan peluang bagi para siswa untuk menumbuhkan jiwa wirausaha dengan *gadget* yang dimiliki akan menjadi pemasaran yang paling ampuh dalam menggapai pangsa pasar konsumen yang lebih luas. Oleh Karena itu berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin mengetahui seberapa pengarunya terhadap minat berwirausaha karena pengetahuan digital marketing (Istiqomah, 2021).

Bekal yang di dapat oleh pelaku usaha UMKM selama proses pelatihan digital marketing diharapkan mampu meningkatkan jumlah wirausaha. Sehingga, pelaku usaha lebih mandiri dan mampu menghadapi para pesaing di masa depan (Munarsih, n.d.).

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan secara signifikan dari tahun ke tahun, hingga telah mencapai lebih dari 130 juta pengguna di tahun 2017, yang didominasi oleh pengguna internet melalui perangkat mobile daripada desktop pc. Pelatihan digital marketing membantu pelaku usaha untuk memahami implementasi digital marketing yang paling efektif dan efisien atau selaras dengan tujuan bisnis yang diharapkan. Digital marketing tidak lagi menjadi sesuatu yang membingungkan, karena semua yang dilakukan dapat dijalankan sendiri dan diukur kinerjanya. Dari hasil analisa tersebut, para pelaku usaha yang mengikuti pelatihan digital marketing dapat belajar untuk melakukan perubahan yang lebih baik dalam berwirausaha. Metode kegiatan yang akan dilakukan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah Ceramah dan Diskusi yang disampaikan Oleh Dosen Manajemen Universitas Pamulang, dan memberikan pemahaman kepada Masyarakat dan Mahasiswa atas pentingnya digital marketing 5.0 bagi pelaku usaha UMKM. Dengan adanya penyampaian materi ini diharapkan dapat memotivasi masyarakat luas.

Kata kunci: Pengabdian Kepada Masyarakat, Digital Marketing 5.0, UMKM.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah “raksasa teknologi digital Asia yang sedang berkembang”, ini terbukti dengan hadirnya startup berstatus Unicorn, Decacorn, dan tidak menutup kemungkinan startup Hectocorn . Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Pengguna smartphone Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing Emarketer menyatakan bahwa pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif smartphone terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.

Dengan adanya perkembangan digital, terutama di masa Pandemi Covid-19 saat ini, pelaku UMKM diperkirakan meningkat dalam rentang 15%-26% selama beberapa bulan terakhir. Seiring dengan tantangan yang makin berat, peluang di era digital juga semakin terbuka dan mudah bagi kita melihatnya sebagai tantangan atau peluang. Meningkatnya permintaan produk-produk kreatif melalui sektor UMKM, perkembangan gaya hidup digital, sampai bonus demografi tahun 2035 menjadi potensi dalam meningkatkan sektor usaha.

Pada awal tahun 2019 dalam pertemuan tahunan World Economic Forum (WEF) di Davos- Swiss, Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe mengemukakan Visi Jepang mengenai Society 5.0. Istilah Society 5.0 muncul pertama kali di Jepang pada tahun 2016, setelah mendapat persetujuan dari kabinet Jepang. Society 5.0 diawali dengan era perburuan (Society 1.0), pertanian (Society 2.0), industri (Society 3.0), dan teknologi informasi (Society 4.0). Society 5.0 menciptakan masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi. Manusia mempunyai peran di era digital. Sehingga dibutuhkan keseimbangan antara pencapaian ekonomi dan penyelesaian masalah sosial. Society 5.0 dimaksudkan untuk mengantisipasi era Industri 4.0, dimana peran masyarakat dirasakan masih kurang.

Melalui Society 5.0, kecerdasan buatan yang memperhatikan sisi kemanusiaan akan mentransformasi jutaan data yang dikumpulkan melalui internet pada segala bidang kehidupan. Tentu saja diharapkan, akan menjadi suatu kearifan baru dalam tatanan bermasyarakat. Tidak dapat dipungkiri, transformasi ini akan membantu manusia untuk menjalani kehidupan yang lebih ber-

kna. Dalam Society 5.0, juga ditekankan perlunya keseimbangan pencapaian ekonomi dengan penyelesaian problem sosial. Sistem yang terhubung di dunia maya merupakan hasil optimal yang telah diperoleh dari adanya Artificial Intelligence dengan penggabungan teknologi Big Data yang bisa menjadi nilai feedback dalam bidang industri maupun society dari yang tidak mungkin menjadi mungkin.

RUMUSAN MASALAH

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis dengan skala nasional untuk pelaku usaha UMKM di Kelurahan Rengas?
2. Sejauh mana pelaku usaha UMKM melakukan inovasi produknya dan meng upgrade diri mengikuti perkembangan digital marketing 5.0?

TUJUAN MASALAH

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka tujuan dari pengabdian kepada masyarakat adalah :

1. Untuk strategi pengembangan bisnis dengan skala nasional untuk pelaku usaha UMKM di Kelurahan Rengas.
2. Untuk memberikan pelaku usaha UMKM melakukan inovasi produknya dan meng upgrade diri mengikuti perkembangan digital marketing 5.0.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam hal ini, kesiapan Indonesia dalam menghadapi era society 5.0, ditentukan oleh kerja sama dari berbagai pihak, seperti pemerintah, industri, peneliti, dan masyarakat secara umum.

Selain daripada itu, sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang juga cukup penting di era society 5.0. Pada saat ini UMKM yang telah bertransformasi ke arah digital terhitung masih sedikit yaitu sekitar 16 persen dari seluruh UMKM yang ada di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh tingkat kesiapan masyarakat terhadap penggunaan teknologi yang tergolong masih rendah dan konektifitas internet yang belum tersedia di semua tempat.

Oleh karena itu, perlu persiapan yang dilakukan bangsa ini untuk mewujudkan UMKM yang sesuai dengan perkembangan zaman. Sehingga dibutuhkan kerja sama dari

pemerintah, pelaku usaha UMKM dan masyarakat umum sebagai konsumen. Dalam hal ini perlu adanya sosialisasi dan pelatihan terhadap pelaku UMKM yang belum memahami mengenai digitalisasi UMKM selain pemenuhan infrastruktur teknologi yang belum tersedia.

Meski demikian, e-commerce termasuk didalamnya para UMKM **digital** ini telah memberikan transaksi ekonomi digital sebesar US\$32 miliar ke negara ini pada tahun 2020, dan diprediksi akan meningkat menjadi US\$83 miliar pada tahun 2025. Sehingga digitalisasi UMKM merupakan sebuah bentuk investasi yang cukup besar untuk negara maupun masyarakat umum di masa yang akan datang.

Pemanfaatan aplikasi internet yaitu seperti media sosial, Grab, Gojek, Tokopedia, website, Zoom, Google meet, merupakan media yang cukup bermanfaat untuk masyarakat UMKM. Penggunaan drone antar kota yang diprediksi akan tiba di era society 5.0 akan makin mempermudah masyarakat UMKM terutama didaerah dalam menjalankan usahanya.

Digitalisasi mempermudah pemasaran produk diantarnya melalui marketplace dan media sosial juga mempermudah dalam proses produksi dan penjualan seperti

pencatatan/pembukuan harian secara digital, membayar pajak, transaksi keuangan digital dengan aplikasi yang telah tersedia secara gratis di beberapa platform.¹⁰ Cara mengembangkan bisnis UMKM di era digital

1. Bangun infrastruktur digital

Pertama-tama yang perlu kamu lakukan adalah membangun infrastruktur digital. Artinya kamu perlu mendefinisikan tujuan dengan jelas, cara mencapai tujuan tersebut, serta tanggung jawab masing-masing departemen dan staf yang kemungkinan memerlukan sejumlah perubahan atau penyesuaian. Misalnya saja, jika sebelumnya bisnismu menjual produk secara langsung, kamu harus mulai memberikan training atau pelatihan kepada tim sales untuk mulai beralih ke digital. Kamu juga mungkin harus membicarakan perubahan-perubahan yang ada dengan vendor yang kamu gunakan. Agar lebih mudah, tetapkan timeline dari transformasi digital yang kamu lakukan dan daftar hal-hal apa saja yang perlu dilakukan dalam periode tersebut.

2. Masuk ke marketplace

Salah satu cara paling mudah untuk masuk ke platform digital adalah dengan memanfaatkan platform-platform yang sudah ada, contohnya marketplace. Dengan

masuk ke marketplace, kamu bisa dengan mudah mendirikan toko online. Ada banyak sekali marketplace di Indonesia yang bisa kamu pilih, misalnya melalui Tokopedia yang mampu menjangkau 98 persen kecamatan di Indonesia. Namun, kamu perlu juga melakukan riset terlebih dahulu mengenai marketplace mana yang kira-kira cocok untuk menjual kategori produk yang kamu jual. Cari tahu juga trik-trik yang dapat membantu penjualan di marketplace agar lebih efektif.

3. Optimalkan SEO

Setelah hadir di platform digital pilihanmu, kamu tentu harus memasarkan bisnismu di platform tersebut agar orang mengetahuinya. Salah satu cara untuk meningkatkan kehadiran produkmu secara online adalah dengan menerapkan SEO. Misalnya jika kamu berjualan di marketplace, mengetahui kata kunci yang tepat untuk produkmu tentu akan membantu target customer menemukannya. Pastikan juga tokomu memiliki tampilan yang jelas dan memudahkan customer untuk mengaksesnya secara mobile. Apabila kamu berjualan di website, kecepatan loading juga penting untuk diperhatikan.

4. Tingkatkan kualitas produk dan branding

Kualitas produk adalah salah satu elemen penting untuk mengembangkan UMKM di era digital. Sebab, produk yang berkualitas akan selalu menjadi pilihan utama konsumen. Dengan kualitas produk yang terjaga, kualitas bisnis otomatis akan meningkat. Selain itu kamu juga perlu meningkatkan branding karena kesatuan identitas ini (nama produk atau toko, fokus atau karakter, hingga logo) akan menjadi pembeda dengan produk atau toko lain. Branding sejatinya diperlukan untuk memperkuat daya saing demi mempertahankan kelangsungan bisnis.

5. Buat konten berkualitas

Selain memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan produk dan branding, kamu juga bisa memanfaatkannya untuk melakukan pemasaran. Bahkan langkah ini juga penting untuk dilakukan agar kamu bisa menjangkau target audiens yang kamu inginkan. Salah satu cara untuk menarik perhatian calon customer adalah dengan membuat dan membagikan konten-konten yang relevan dan bermanfaat bagi mereka. Sesuaikan tipe konten dengan platform yang kamu gunakan beserta brand persona kamu agar konten lebih maksimal.

6. Kenali siapa kompetitor Kamu

Dalam menjalankan bisnis di era digital, tentu kamu akan menemukan kompetitor, yakni pelaku usaha yang menawarkan produk serupa. Maka dari itu, penting untuk mengenali kelebihan dan kekurangan kompetitor kamu. Hal ini akan membantu kamu untuk mengevaluasi dan menentukan, hal-hal apa saja yang akan kamu terapkan untuk membuat bisnismu tetap unggul.

7. Bangun engagement dengan customer

Mengadopsi dan menjalankan transformasi digital saja tidak cukup, kamu juga harus bisa menjaga pelayananmu pada platform digital yang digunakan. Artinya kamu perlu menjamin customer mendapatkan pengalaman yang mudah dan menyenangkan. Hal ini bukan dari segi pelayanan tim customer service saja tetapi juga bagaimana customer bisa menemukan, menghubungi, dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dengan mudah melalui platform digital tersebut. Jangan sampai setelah beralih ke digital customer malah kesulitan untuk terhubung dengan bisnismu.

8. Keuangan perlu dikelola secara tepat

Sistem keuangan pada sebuah UMKM di era digital adalah elemen yang sangat penting. Karena jika tidak dikelola secara bijak, bisa-

bisa kamu malah menghambat kemajuan UMKM. Pastikan kamu mencatat seluruh pemasukan secara teratur. Apabila kamu ingin memantau pemasukan tanpa membuang waktu dan tenaga, kamu bisa menggunakan fitur laporan penjualan dari berbagai penyedia software bisnis. Umumnya layanan ini berbayar tapi sangat diperlukan dalam menjalankan bisnis secara digital.

9. Lakukan otomasi untuk efisiensi

Melakukan adopsi digital juga diikuti dengan munculnya berbagai pekerjaan baru seperti mengunggah dan merapikan dokumen, menyortir dan memperbarui file, dan banyak lagi. Pekerjaan-pekerjaan ini bisa membuatmu kewalahan dan malah membuang waktu. Namun, masalah ini bisa kamu atasi dengan memanfaatkan tools otomasi, terutama yang bisa terintegrasi dengan platform penjualanmu. Sebisa mungkin otomasikan pekerjaan-pekerjaan yang repetitif. Ini akan membantumu menyederhanakan alur kerja digital dan meningkatkan efisiensi bisnis. Selain itu, karyawan juga jadi bisa lebih fokus pada tanggung jawab inti mereka.

10. Lakukan evaluasi

Berhasil melakukan transformasi digital bukan berarti pekerjaan sudah selesai. Karena dunia digital terus bahkan cepat berubah, kamu pun harus bisa beradaptasi. Seiring dengan perubahan dan perkembangan bisnis maupun industri, kamu akan menghadapi tantangan-tantangan baru. Maka itu, melakukan evaluasi secara konsisten menjadi bagian esensial dari proses. Analisis metrik-metrik yang relevan dan gunakan data yang ada untuk mengambil keputusan yang lebih akurat. Dengan demikian, bisnismu bisa lebih unggul dibanding kompetitor.

Demikian gambaran mengenai transformasi dan peran UMKM di era society 5.0, semoga bisa menjadi inspirasi dan dorongan bagi kita semua dalam berusaha dan berkarya di masa kini dan yang akan datang.

METODE PELAKSANAAN

Terdapat beberapa tahap dalam metode kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diantaranya sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan untuk merumuskan apa saja yang akan dijadikan bahan untuk perancangan sistem dan materi pelatihan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Setelah

mengidentifikasi masalah, maka akan muncul solusi untuk memecahkan permasalahan yang ada yaitu dengan membangun . Maka kami akan memberikan solusi untuk permasalahan pengembangan bisnis bagi pelaku usaha UMKM di era digital marketing 5.0.

2. Objek Atau Sasaran

Untuk sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) adalah Pegawai, masyarakat dan mahasiswa dalam memahami pentingnya pengembangan bisnis di era digital marketing 5.0.

3. Tempat Dan Waktu Pelaksanaan

Adapun tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu Kelurahan Rengas. Tim pelaksana melakukan survei langsung ke tempat pengabdian, kemudian melakukan proses wawancara dan diskusi dengan pihak Kelurahan Rengas untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada dalam lingkungan Kelurahan Rengas untuk kemudian merumuskan solusi dan penyelesaiannya. Pada tahap ini anggota tim pelaksana berdiskusi menentukan tema dan materi yang akan disampaikan, bahan

dan alat yang dibutuhkan, serta persiapan teknis lainnya yang dibutuhkan untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Rengas, pada hari 26-28 Oktober 2023. Mulai pukul 09.00 sampai pukul 12.00 WIB. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada Masyarakat Kelurahan Rengas.

Pihak Kelurahan Rengas menyediakan ruang kegiatan berupa ruang Aula yang memadai dan nyaman. Hal yang perlu diperhatikan yaitu cara mengatur bangku agar kondusif dan sesuai dengan kegiatan yang akan dilaksanakan

Untuk menunjang lancarnya pelaksanaan kegiatan ini, diperlukan beberapa alat bantu/media pembelajaran tertentu, yaitu:

- 1) LCD (Liquid Crystal Display)
- 2) Laptop
- 3) Spidol
- 4) White board
- 5) Buku catatan
- 6) Proyektor

4. Metode Kegiatan

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) di awali sambutan dosen pendamping dan sambutan, dilanjutkan dengan pemaparan materi berupa powerpoint dengan tema "**ERA DIGITAL MARKETING 5.0 BAGI PELAKU USAHA UMKM DI KELURAHAN RENGAS, CIPUTAT TIMUR**" yang ditampilkan dengan menggunakan LCD, kemudian para Audiens melakukaan diskusi atau tanya jawab tentang permasalahan seputar bagaimana era digital marketing 5.0. Sebelum mengakhiri acara tim memberikan quiz kepada para Audiens untuk mengingatkan kembali materi yang sudah dipaparkan dan memberikan sedikit hadiah agar tetap semangat dan termotivasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membuat kelurahan Rengas Lebih maju. Target lain yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah timbulnya motivasi dalam diri setiap Masyarakat untuk pengembangan

diri khusus sebagai wadah dalam pengembangan kompetensi dan mempublikasikan hasil tulisan tersebut ke dalam jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan langsung selama satu hari di Kelurahan Rengas yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan pengetahuan mengenai manfaat Digital Marketing 5.0
2. Meningkatkan Pelaku usaha UMKM,
3. Berani dalam mengambil berbagai resiko di era digital marketing 5.0.
4. Diharapkan audiens yang menerima paparan materi ini dapat mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi bekal di masa yang akan datang.

Pembahasan

Untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan menggunakan beberapa metode sosialisasi, yaitu sebagai berikut :

1. Metode Presentasi

Metode ini digunakan untuk memberikan materi dan gambaran

melalui presentasi dengan tema "Era Digital Marketing 5.0 Bagi Pelaku Usaha UMKM di Kelurahan Rengas" menggunakan media proyektor.

2. Metode Tanya Jawab

Setelah melalui sesi presentasi, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apa yang belum diketahui oleh para masyarakat dan mahasiswa terkait digital marketing 5.0.

PENUTUP **Kesimpulan**

Masyarakat kelurahan antusias dalam menyimak penjelasan materi teori dan peragaan yang diberikan. Antusiasme pun berlanjut saat sesi tanya jawab. Kegiatan PKM ini dinilai berjalan efektif karena tingkat ketertarikan peserta cukup tinggi terhadap pembelajaran tentang penggunaan digital marketing di era 5.0. Permasalahan lain yang timbul yaitu tidak adanya media pembelajaran yang memadai untuk menjelaskan suatu konsep diluar rencana. Jadi dosen harus kreatif dan inovatif.

Saran

Dengan diselenggarakan kegiatan PKM ini diharapkan dapat meningkatkan etos kerja yang solid dan kinerja yang optimal dosen di Prodi Manajemen. Selanjutnya tantangan dari **Kelurahan Rengas** agar para dosen bisa memberikan dan memberikan semangat untuk pelatihan yang selama ini sudah di

dapat dari narasumber lain namun kurang berjalan. Sehingga para dosen diharapkan bisa belajar dan memberikan materi tersebut dalam PKM yang akan datang

DAFTAR PUSTAKA

Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtayani, S. R. (2021). Pengaruh Disiplin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yunianti, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ihsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Yayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Fadillah, Sulistiyani, Ela Hulasoh. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Intensi Berwirausaha Siswa SMK Sasmita Jaya Pamulang. Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Laksana*, Vol 4. (2), 604-615

Fadillah, Sulistiyani, Ela Hulasoh. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Intensi Berwirausaha Siswa SMK Sasmita Jaya Pamulang. Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Laksana*, Vol 4. (2), 604-615

Istiqomah. (2021). Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi

Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta. *Socia Akademika*, 7(1), 10–16.

Munarsih. (n.d.). PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA UNTUK BERWIRAUSAHA PADA SMK MUHAMMADIYAH PARUNG - BOGOR. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdi Untuk Negeri*, 3(1), 22–27.

Ningsih, R. (2017). Peranan pendidikan kewirausahaan dalam meningkatkan motivasi berwirausaha bagi mahasiswa. *Jurnal Peranan Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Bagi Mahasiswa*, 2(3), 60.

Prawita, D., & Dwi Cahya, A. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Observasi Umkm Dan Digital Marketing Terhadap Intensi Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Pandemi Covid-191. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 7(2), 569–580.

Suwarni, E., Rosmalasar, T. D., Fitri, A., & Rossi, F. (2021). Sosialisasi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat dan Motivasi Siswa Mathla'ul Anwar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 157–163.

Istiqomah. (2021). Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta. *Socia Akademika*, 7(1), 10–16.

DOKUMENTASI KEGIATAN

