
Era Digital Marketing 5.0 Bagi Pelaku Usaha Umkm Di Kelurahan Rengas Ciputat Timur, Tangerang Selatan

1) **Fadillah**, 2) **Hira Maulida**, 3) **Jamaluddin**

^{1,2,3} Afiliasi Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang

dosen02197@unpam.ac.id, dosen02450@unpam.ac.id, dosen01020@unpam.ac.id.

Abstrak

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 pengaruhnya 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. 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 Ilmu Komunikasi 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.

Abstract

Digital marketing is a form of program to promote or market a product and brand using digital media. This happens because of developments in technology and internet users so that the internet has become a very prospective market. Digital marketing is a solution to reach more customers with little money. The presence of technology today is an opportunity for students to develop an entrepreneurial spirit with the gadgets they own which will be the most effective marketing in reaching a wider consumer market share. Therefore, based on this background, researchers want

to know how much influence digital marketing knowledge has on interest in entrepreneurship (Istiqomah, 2021).

It is hoped that the provisions obtained by UMKM entrepreneurs during the digital marketing training process will be able to increase the number of entrepreneurs. So, business actors are more independent and able to face competitors in the future. The growth of internet users in Indonesia has increased significantly from year to year, reaching more than 130 million users in 2017, which is dominated by internet users via mobile devices rather than desktop PCs. Digital marketing training helps business people to understand the most effective and efficient implementation of digital marketing or is in line with expected business goals. Digital marketing is no longer something confusing, because everything you do can be done yourself and its performance measured. From the results of this analysis, business people who take part in digital marketing training can learn to make changes for the better in entrepreneurship. The activity method that will be carried out in this Community Service activity is Lectures and Discussions delivered by Pamulang University Communication Lecturers, and provide understanding to the Community and Students about the importance of digital marketing 5.0 for UMKM business actors. By delivering this material, it is hoped that it can motivate the wider community.,

Keywords: *Community Service, Digital Marketing 5.0, UMKM.*

PENDAHULUAN

Potensi Indonesia sebagai raksasa e-commerce dan teknologi digital dimasa yang akan datang tetaplah sangat besar. Hal ini disebabkan penduduk Indonesia, mayoritas merupakan generasi milenial dan gen Z, generasi yang melek teknologi dan pengguna aktif media sosial. Menurut Emarketer, jumlah pengguna smartphone di Indonesia pada 2018, mencapai 100 juta orang. Jumlah sangat besar dan membuat pasar UMKM digital tetap menjanjikan dimasa yang akan datang.

Pada masa pandemi, diketahui jumlah konsumen e-commerce semakin meningkat, Covid-19 juga mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia menjadi lebih digital. Sehingga diperkirakan setelah pandemi ini berlalu, gaya hidup digital masih akan tetap berlangsung. Sehingga transformasi UMKM menjadi digital UMKM merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari oleh kita semua. Hal ini juga dipengaruhi oleh perubahan dan perkembangan teknologi di seluruh dunia utamanya negara maju.

Era industri 4.0 akan digantikan dengan era society 5.0. Perubahan ini perlu disikapi Indonesia dengan lebih bijak dan tenang. Bukan berarti santai-santai, dalam hal ini perlu menyeimbangi perubahan di era society 5.0 ini dengan mempersiapkan segala aspek yang

bersinggungan dengan society 5.0, seperti lingkungan, teknologi, dan manusianya.

Sebelum semakin melangkah mengenai peran UMKM di era society 5.0, sebaiknya kita mengenal lebih dekat tentang era society 5.0. Istilah society 5.0 pada awalnya dicetuskan oleh negara Jepang dan telah dimulai sejak tahun 2019. Meski demikian society 5.0 bukan hanya akan berlaku di negara matahari terbit ini, melainkan akan merambat ke seluruh penjuru dunia meskipun dengan istilah yang berbeda beda.

Pemerintah Jepang mendefinisikan society 5.0 yaitu masyarakat yang terpusat pada manusia dimana dapat menyeimbangkan antara kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial menggunakan sistem yang mengintegrasikan dunia maya dan fisik (COJG, 2019). Oleh karena itu, sebelum society 5.0, tentunya ada era kehidupan bermasyarakat sebelumnya.

Menurut Fukuyama ada beberapa tahapan masyarakat atau society berdasarkan sejarah manusia. Dimulai dari Society 1.0 yang didefinisikan sebagai kelompok orang yang berkumpul dan berburu, kemudian berdampingan secara harmonis dengan alam.

Society 2.0 membentuk kelompok berdasarkan budidaya pertanian, peningkatan organisasi dan pembangunan bangsa, dimulai dari 13.000 sebelum masehi. Society 3.0 adalah masyarakat yang mempromosikan industrialisasi melalui revolusi industri 1.0, dimulai dari akhir abad ke-18.

Society 4.0 adalah masyarakat informasi yang menyadari peningkatan nilai tambah dengan menghubungkan aset tidak berwujud sebagai jaringan informasi, dimulai dari pertengahan abad ke-20. Akhirnya society 5.0 yang dimulai di Jepang sejak tahun 2019, dimana bertujuan membuat masyarakat informasi yang dibangun sejak society 4.0, menjadi masyarakat yang lebih makmur.

Kelebihan society 5.0 dibandingkan era sebelumnya adalah, adanya nilai baru yang menghilangkan kesenjangan dari segi regional, bahasa, agama, usia, dan jenis kelamin. Nilai baru ini tercipta dari inovasi-inovasi baru yang terwujud dalam bentuk produk dan pelayanan. Oleh karena itu, teknologi memegang peranan penting dalam era society 5.0 ini.

Dalam hal ini teknologi akan hidup berdampingan dengan masyarakat dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat di era ini. Pada era society 5.0 akan berkembang teknologi big data, Internet of Things, kecerdasan buatan, drone, robotika, dan augmented reality.

Teknologi ini yang dulunya hanya terpakai di kalangan industri akan membaaur dalam kehidupan masyarakat. Sebagai contoh akan adanya smart home, mobil tanpa sopir, drone

pengantar barang atau makanan, ruang kelas daring yang lebih interaktif, dan sebagainya. Tujuan dari society 5.0 membuat manusia lebih makmur, membantu produktifitas manusia dengan teknologi sehingga manusia lebih mudah menikmati hidup.

Dalam hal ini, Indonesia tidak menutup diri dari perubahan yang berasal dari luar selama perubahan itu mengarah ke arah yang positif. Namun seperti yang kita ketahui, era industri 4.0 di Indonesia belum selesai, dan juga adanya pandemi yang datang secara tiba-tiba. Hal ini tidak seharusnya menjadi hambatan bagi kita mencapai kemajuan seperti halnya negara-negara lain di dunia. Bahkan sebenarnya perubahan ini akan membuat kita lebih siap menghadapi tantangan zaman dan musibah yang mungkin datang secara tiba-tiba seperti halnya virus corona ini.

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.

Sehingga kesiapan masyarakat UMKM khususnya dalam menghadapi perubahan di era ini sangat diharapkan. Salah satu proyek pengabdian internal Unhas tahun 2021, turut membina dua UMKM di Makassar dan Enrekang untuk bertransformasi menjadi UMKM digital. Program pengabdian ini bertujuan mensosialisasikan sistem digitalisasi UMKM dalam menghadapi pandemi dan era society 5.0.

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 konektivitas 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 diantaranya 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 pemasukkan 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

Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah metode pelatihan komprehensif yaitu melatih secara keseluruhan peserta Mitra. Program yang sudah disepakati dengan mitra yaitu Kelurahan Rengas dilakukan dengan metode sebagai berikut:

1. Metode penyampaian informasi langsung dengan metode ceramah dari tim pengabdian.
2. Training/pelatihan/tutorial pemasaran secara digital dengan menggunakan berbagai aplikasi digital dalam mengelola bisnis, seperti
 - Social Media Marketing yaitu dengan memasarkan produk dengan platform di media sosial seperti Facebook dan Twitter karena dapat dilakukan dengan biaya yang minim bahkan gratis.
 - Email Marketing yaitu, Pemasaran email yang berfokus pada mempertahankan pelanggan yang sudah ada, serta memperoleh pelanggan baru. Email marketing merupakan teknik yang sangat baik untuk membangun kesadaran merek, dan mendorong pembelian berulang.
 - E-commerce yang merupakan salah satu bisnis yang paling sering digeluti oleh masyarakat di Indonesia karena memberikan keuntungan yang menjanjikan. Hal ini sudah jelas karena terdapat beberapa manfaat e-commerce yang diberikan baik kepada pemilik usaha ataupun konsumen.
3. Sesi diskusi dan tanya jawab antara tim pengabdian dan peserta terkait dengan materi yang telah diberikan. Untuk itu di perlukan rancangan yang meliputi pelaksanaan kegiatan dan evaluasi program.

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.



Gambar 1 Penyiapan Materi PKM



Gambar 2 Penyerahan Sertifikat PKM

KESIMPULAN DAN SARAN

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 di luar 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 Ilmu Komunikasi. 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

- 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.