

## **Peran Digital Marketing Dalam Era Globalisasi Dilingkungan Kelompok Ibu Tani Kelurahan Pamulang Timur**

Veta Lidya Delimah Pasaribu, Fadillah, Tangguh Wijohandoko, Muliahadi Tumanggor

Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Email :

[Veta01889@unpam.ac.id](mailto:Veta01889@unpam.ac.id), [dosen02197@unpam.ac.id](mailto:dosen02197@unpam.ac.id), [dosen02142@unpam.ac.id](mailto:dosen02142@unpam.ac.id)  
[,Muliahaditumanggor17@gmail.com](mailto:Muliahaditumanggor17@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Pemasaran merupakan elemen penting menjalankan sebuah bisnis. Banyak pelaku bisnis yang meluangkan waktunya untuk memikirkan metode pemasaran apa yang tepat agar barang yang dijualnya laku di pasaran, karena sukses tidaknya bisnis bergantung pada metode/ cara pemasaran apa dan bagaimana yang dilakukan oleh pelaku usaha khususnya para pelaku UMKM. Masalah utama yang dihadapi IRT ialah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (offline) maupun secara online, khususnya e-commerce. Minimnya pengetahuan IRT (Ibu Rumah Tangga) mengenai digital marketing menginspirasi tim pengabdian kepada masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelaku ibu rumah tangga (IRT) paham akan pentingnya digital marketing bagi peluang bisnis usaha, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis untuk usahanya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial. Berdasarkan permasalahan utama mitra yaitu kurangnya informasi manajemen pemasaran maka solusi yang ditawarkan kepada mitra ialah dengan memberikan materi terkait dengan marketing digital, pemasaran offline untuk dapat meningkatkan penghasilan. Dengan metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, dan simulasi. Adapun target yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaksanaan pengenalan digital marketing dalam upaya meningkatkan penghasilan ibu rumah tangga (IRT) agar menjadi keluarga sejahtera. Target luaran program ini adalah artikel ilmiah yang dipublikasikan melalui jurnal berISSN, dan peningkatan keberdayaan ibu rumah tangga (IRT) serta kemampuan dalam memanfaatkan peluang pemasaran melalui media online dan offline.

**Kata kunci :** Pengenalan Digital Marketing, Pemasaran, Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga.

### **ABSTRACT**

*Marketing is an important element of running a business. Many business people take the time to think about what marketing methods are appropriate so that the goods they sell sell on the market, because the success or failure of a business depends on what marketing*

*methods/methods and how are carried out by business people, especially MSMEs. The main problem faced by housewives is a lack of knowledge in marketing both conventionally (offline) and online, especially e-commerce. Housewives' lack of knowledge regarding digital marketing inspired the community service team to provide outreach and provide training regarding the use of information and communication technology. If housewives (housewives) understand the importance of digital marketing for business opportunities, it is hoped that they will be motivated to use digital marketing as a means of communication and business opportunity for their business, and can practice it directly by utilizing social media. Based on the partner's main problem, namely the lack of marketing management information, the solution offered to partners is to provide material related to digital marketing, offline marketing to increase income. The methods used are lectures, questions and answers, and simulations. The target to be achieved in this community service activity is the implementation of the introduction of digital marketing in an effort to increase the income of housewives (IRT) to create a prosperous family. The output targets of this program are scientific articles published in ISSN journals, and increasing the empowerment of housewives (IRT) and the ability to take advantage of marketing opportunities through online and offline media.*

**Keywords: Introduction to Digital Marketing, Marketing, Increasing Housewives' Income.**

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat, sehingga mau tidak mau masyarakat di Kelurahan Serua Indah harus mengikuti perkembangan teknologi tersebut, bila tidak akan tertinggal.

Penggunaan sosial media adalah alat pemasaran yang paling ampuh karena semua orang dari berbagai latar belakang yang berbeda, sangat aktif menggunakannya.

Dengan sosial media IRT sebagai pelaku usahadapat menjalin interaksi secara luas dengan berbagai kalangan, dengan yang murah dan sesuai untuk memasarkan produk mereka, sehingga apa yang ditawarkan memiliki peluang besar untuk terjual.

Namun, para usahadi Kelurahan Serua Indah kurang memiliki wawasan terkait konsep digital marketing, dimana lingkup digital marketing tidak hanya pada kajian promosi dan pemasaran saja, tetapi juga

mencakup pada penggunaan dan optimalisasi media internet dalam proses komunikasi dan penjualan produk.

Selain itu, para IRT sebagai pelaku usahajuga belum mengetahui produk teknologi informasi yang dapat digunakan untuk pemasaran produknya. Padahal, saat ini banyak produk teknologi yang dapat digunakan dalam pemasaran produk, dimana tidak hanya terbatas pada pemanfaatan media sosial saja.

Tujuan utama digital marketing adalah sebagai pemasaran penjualan produk dan jasa, salah satunya yaitu sebagai berikut:

1. Target Pemasaran Yang Tepat Tujuan utama dari “Digital Marketing” adalah pemasaran yang memanfaatkan alat atau media digital untuk menjangkau target konsumen secara cepat, tepat dan luas. Selain itu juga bisa lebih

efektif dan efisien dalam penggunaan dana iklan untuk

2. kepentingan usaha atau bisnis.
3. **Analysis Digital** Setelah menentukan target, yaitu menganalisa untuk menerapkan sistem digital marketing yang paling efektif dan efisien. Ada beberapa macam alat sebagai halaman analisa untuk mengukur sebuah iklan, perilaku user, dan termasuk penggunaan anggaran iklan, sehingga benar-benar sesuai target pemasaran. Salah satu media komunikasi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya adalah komunikasi media maya atau media internet. Para Ibu Rumah Tangga (IRT) di kelurahan serua indah dapat memanfaatkan e-commerce dan marketplace yang memberikan peluang yang besar untuk bisa mengekspansi penjualan produk mereka melalui media digital serta penambahan pendapatan keluarga. Para IRT perlu memanfaatkan bermacam cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk mereka, salah satunya dengan memanfaatkan peluang yang ada agar dapat tercipta UMKM di daerah tersebut. Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya (Stelzner, 2012). Aplikasi media sosial tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain. Aplikasi-aplikasi ini bermaksud untuk menginisiasi dan mengedarkan informasi online tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau

merek, dengan tujuan utama meraih (engage) masyarakat. Dalam konteks bisnis, people engagement dapat mengarah kepada penciptaan profit. Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka disepakati bahwa terdapat masalah utama, yaitu Minimnya pengetahuan IRT (Ibu Rumah Tangga) mengenai digital marketing menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh beberapa dosen dari fakultas ekonomi dan bisnis Prodi manajemen, Universitas Pamulang. Kegiatan ini merupakan bentuk keterlibatan perguruan tinggi dalam melaksanakan Tridharma perguruan tinggi dan memberikan pemahaman dan sosialisasi kepada pelaku UMKM mengenai strategi-strategi pemasaran yang tepat agar dapat mengoptimalkan profit yang diinginkan, sehingga terbentuklah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pengenalan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penghasilan Ibu Rumah Tangga (IRT) di kelurahan serua indah.

#### **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi Ibu-ibu rumah tangga adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimalkan reels pada Ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Serua Indah ?
2. Apakah pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram pada Ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Serua Indah dapat membuka peluang bisnis untuk meningkatkan pendapatan ?

## KEGIATAN

### TUJUAN

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimisasi reels pada Ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Serua Indah..
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimisasi reels pada Ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Serua Indah dapat membuka peluang bisnis untuk meningkatkan pendapatan.

### TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Hendriadi, Sari dan Padilah (2019), digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet, agar dapat menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat.

Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain Facebook, Instagram, Shopee dan media lainnya. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas.

Selain itu, digital marketing bersifat real time, sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feedback dari pasar yang dituju, serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang

lebih baik dengan lebih cepat.

Penelitian Pradiani (2018) pun sudah membuktikan bahwa pemasaran secara online memang dapat meningkatkan hasil penjualan produk, karena sekarang ini masyarakat cenderung lebih suka mencari referensi secara online bahkan membeli produk secara online. Pemasaran secara online juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran offline.

### METODE PELAKSANAAN

Terdapat beberapa tahap dalam metode kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Tahap pertama yaitu mengidentifikasi masalah guna merancang dan merumuskan apa saja yang akan dijadikan bahan untuk materi penyuluhan dan pelatihan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Tahap kedua yaitu survei lapangan langsung ke Kelurahan Serua Indah. Survei dilakukan dengan wawancara dengan pihak Kelurahan Serua Indah oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat guna mengetahui permasalahan dan hambatan yang ada dalam lingkungan Kelurahan Serua Indah terkait hal-hal apa saja yang tepat diberikan kepada pihak terkait. Tim pelaksana berdiskusi mengenai tema dan materi yang akan disampaikan, bahan dan alat yang diperlukan, serta persiapan teknis lainnya yang dibutuhkan untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Permasalahan yang ditemukan pada Kelurahan Serua Indah adalah kurangnya pengetahuan Ibu-ibu rumah tangga terkait digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimisasi reels.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan di Kelurahan Serua Indah, pada hari Rabu, 24 April 2024 pada jam 08.00 sampai pukul 10.00 WIB. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada Ibu-ibu rumah tangga.

Penyampaian materi menggunakan metode presentasi dengan media Microsoft Power Point dan praktek penggunaan aplikasi

instagram. Peserta yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 10 orang.

Pihak Kelurahan Serua Indah menyediakan ruang kegiatan berupa ruang pertemuan yang memadai dan nyaman. Hal yang perlu diperhatikan yaitu cara mengatur bangku peserta 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. Proyektor
3. Laptop
4. Spidol
5. White board

Tahap terakhir dalam Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat ini yaitu tindak lanjut dari pelaksanaan kegiatan ini. Pada tahap ini dilakukan diskusi atau tanya jawab tentang apa saja yang masih menjadi hambatan pada Ibu-ibu rumah tangga sebagai audiens.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk membuat Ibu-ibu rumah tangga menyadari pentingnya digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimisasi reels.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Kegiatan**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki tujuan bagi Ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Serua Indah untuk meningkatkan pengetahuan terkait digital marketing melalui aplikasi instagram sehingga memberikan motivasi besar untuk meraih peluang bisnis. Hal ini nantinya dapat menjadi pegangan saat Ibu-ibu rumah tangga ingin membantu para suaminya dalam menambah pendapatan rumah tangga.

## **Pembahasan**

Untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini digunakan beberapa metode pelatihan yaitu sebagai berikut :

Metode Presentasi → Metode yang digunakan dalam pelatihan ini yaitu pelatihan dengan memberikan gambaran materi dengan presentasi melalui media proyektor dengan tema “**PELATIHAN DIGITAL MARKETING MELALUI APLIKASI INSTAGRAM DALAM MENGOPTIMALISASI REELS**”

- a. Metode Diskusi dan Tanya Jawab → Setelah sesi pemberian materi selesai, maka dilanjutkan dengan sesi diskusi dengan tanya jawab. Hasil yang didapatkan adalah masih banyak Ibu-ibu yang masih awam dengan konsep digital marketing, masih lemahnya kemampuan komunikasi, dan juga masih kurangnya kemampuan analitis.
- b. Metode Simulasi → Metode simulasi digunakan agar peserta dapat mempraktekkan langsung dari pembahasan materi yang telah didapat. Sehingga apabila peserta mengalami kendala, tim Pengabdian Kepada Masyarakat akan langsung membantu. Metode ini menjadi tolak ukur untuk memantau apakah peserta sudah memahami dari materi yang telah disampaikan oleh pemateri.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang yang dilakukan oleh Dosen Program Studi Manajemen telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan positif dari instansi terkait yaitu Kelurahan Serua Indah. Kami selaku tim pelaksana berharap dengan adanya program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat menambah wawasan

dan pengetahuan yang bermanfaat dalam bidang pemasaran.

Dalam laporan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan Ibu-ibu rumah tangga mengenai hal-hal yang

mencakup digital marketing masih belum maksimal. Sehingga tidak banyak Ibu-ibu rumah tangga yang mengetahui mengenai program kerja atau kegiatan yang dilaksanakan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan tentang digital marketing. Hal ini dapat berakibat pada kurangnya Ibu-ibu rumah tangga untuk *survive* dan berinovasi saat memulai bisnis online.

Akhirnya, kami mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dan kami memohon maaf apabila dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini banyak ditemukan kekurangan dan kesalahan.

#### Saran

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang sudah dilakukan, maka kami dari team Mahasiswa Universitas Pamulang memberikan saran yaitu sebagai berikut:

Perlunya pembelajaran digital marketing melalui aplikasi instagram untuk Ibu-ibu rumah tangga di kelurahan Serua Indah secara berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., 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 Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Afaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin 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, Tangerang 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 Enterpreneur 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 Enterpreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yuniati, 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 Ikhsan 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 Diyayasan 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, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Fadillah, Sulistiyani, Ela Hulasoh. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Intensi BerwirausahaSiswaSMKSasmitaJayaPamulang.TangerangSelatan.JurnalPengabdianKepada Masyarakat Abdi Laksana, Vol 4. (2), 604-615

Khotimatus Sadiyah, Liana Dwi S, dkk. PENGENALAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKANPENGHASILANIBUR

UMAHTAN  
GGA(IRT)MAJLISTAKLIMAIAULADIY  
AH.Jurnal  
PKM Dedikasi Vol 1 No.3 (1-8),  
September 2020.

Istiqomah.(2021).PengaruhPengetahuanDig  
italMarketingTerhadapMinatBerwirausaha  
Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Sosial  
AKK Yogyakarta. Socia Akademika, 7(1),  
10–16

Munarsih. (n.d.). PELATIHAN DIGITAL  
MARKETING DALAM  
MENINGKATKAN KOMPETENSI  
SISWA  
UNTUKBERWIRUSAHAPADASMK  
MUHAMMADIYAH PARUNG-  
BOGOR.JurnalPengabdianDharma  
Laksana Mengabdikan Untuk Negeri, 3(1), 22–  
27.

Ningsih, R. (2017). Peranan pendidikan  
kewirausahaan dalam meningkatkan  
motivasi berwirausaha bagi  
mahasiswa.JurnalPerananPendidikanKewir  
ausahaanDalamMeningkatkanMotivasiBer  
wirausahaBagi Mahasiswa, 2(3), 60.

Prawita, D., & Dwi Cahya, A. (2022).  
Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan,  
Observasi Umkm Dan  
DigitalMarketingTerhadapIntensiMahasisw  
aBerwirausahaDiMasaAdaptasiKebiasaanB  
aruPandemi Covid-191. Nusantara: Jurnal  
Ilmu Pengetahuan Sosial, 7(2), 569–580.



Suwarni, E., Rosmalasar, T. D., Fitri,  
A., & Rossi, F. (2021).

Sosialisasi Kewirausahaan Untuk  
MeningkatkanMinatdanMotivasiSiswa  
Mathla'ulAnwar.JurnalPengabdianMa  
syarakatIndonesia,1(4), 157–163.

## DOKUMENTASI KEGIATAN

