

Peran Digital Marketing Dalam Era Globalisasi Dilingkungan Kelompok PKK Kelurahan Pamulang Barat

Veta Lidya Delimah Pasaribu, Tangguh Wijohandoko, Bambang Purnomo Yanuarso,
Muliahadi Tumanggor

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Email :

Veta01889@unpam.ac.id, dosen02348@unpam.ac.id, dosen02142@unpam.ac.id,
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 Kelompok PKK ialah kurangnya pengetahuan dalam memasarkan baik secara konvensional (offline) maupun secara online, khususnya e-commerce. Minimnya pengetahuan Kelompok PKK (Kelompok PKK) mengenai digital marketing menginspirasi tim pengabdian kepada masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelaku Kelompok PKK 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 Kelompok PKK agar menjadi keluarga sejahtera. Target luaran program ini adalah artikel ilmiah yang dipublikasikan melalui jurnal berISSN, dan peningkatan keberdayaan Kelompok PKK (Kelompok PKK) serta kemampuan dalam memanfaatkan peluang pemasaran melalui media online dan offline.

Kata kunci : Pengenalan Digital Marketing, Pemasaran, Meningkatkan Penghasilan Kelompok PKK, PKK

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 (Kelompok PKK) to create a prosperous family. The output targets of this program are scientific articles published in ISSN journals, and increasing the empowerment of housewives (Kelompok PKK) and the ability to take advantage of marketing opportunities through online and offline media.

Keywords: Introduction to Digital Marketing, Marketing, Increasing PKK Groups

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat, sehingga mau tidak mau masyarakat di Kelurahan pamulang barat 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 mediaKelompok PKK 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 pamulang barat 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 Kelompok PKK 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 kepentingan usaha atau bisnis.
2. 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 Kelompok PKK (Kelompok PKK) di kelurahan pamulang barat 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 Kelompok PKK 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 Kelompok

PKK (Kelompok PKK) 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 Kelompok PKK (Kelompok PKK) di kelurahan pamulang barat.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi Ibu-Kelompok PKK adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimalkan reels pada Ibu-Kelompok PKK di Kelurahan pamulang barat ?
2. Apakah pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram pada Ibu-Kelompok PKK di Kelurahan pamulang barat dapat membuka peluang bisnis untuk meningkatkan pendapatan ?

TUJUAN KEGIATAN

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

1. Untuk mengetahui pelaksanaan

pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimalkan reels pada Ibu-Kelompok PKK di Kelurahan pamulang barat..

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelaksanaan pelatihan digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimalkan reels pada Ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan pamulang barat 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 mengoptimalkan 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 pamulang barat. Survei dilakukan dengan wawancara dengan pihak Kelurahan pamulang barat oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat guna mengetahui permasalahan dan hambatan yang ada dalam lingkungan Kelurahan pamulang barat 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 pamulang barat adalah kurangnya pengetahuan Ibu-Kelompok PKK terkait digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimalkan reels.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan di Kelurahan pamulang barat, pada hari Rabu, 24 April 2024 pada jam 08.00 sampai pukul 10.00 WIB. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada Ibu-Kelompok PKK. 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 pamulang barat 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-Kelompok PKK sebagai audiens.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk membuat Ibu-Kelompok PKK menyadari pentingnya digital marketing melalui aplikasi instagram dalam mengoptimalkan reels.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki tujuan bagi Ibu-Kelompok PKK di Kelurahan pamulang barat 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-Kelompok PKK 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**

Peran Digital Marketing Dalam Era Globalisasi Dilingkungan Kelompok Ibu PKK Kelurahan Pamulang Barat”

- 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 pamulang barat. 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-Kelompok PKK mengenai hal-hal yang mencakup digital marketing masih belum maksimal. Sehingga tidak banyak Ibu-Kelompok PKK 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-Kelompok PKK 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 pamulang barat 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., Aufaizah, 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 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, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

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

Khotimatus Sadiyah, Liana Dwi S, dkk. PENGENALAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENGHASILAN IBUR UMAHTANGGA (Kelompok PKK) MAJLIS TAKLIMA IAULADIYAH. *Jurnal PKM Dedikasi* Vol 1 No.3 (1-8), September 2020.

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 Mengabdikan 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-19. 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.

DOKUMENTASI KEGIATAN



