

Adaptasi Teknologi Digital Marketing di Dunia yang Semakin Terhubung

Rifqi Sandya Adabi, Styo Budi Utomo, Randi Ramadhani, Mutiara Agustira

Mahasiswa Dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pamulang

Email :

dosen01759@unpam.ac.id, sandyarifky@gmail.com, randiramdhani724@gmail.com,
Raaaraa299@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan ini dilakukan untuk mengeksplorasi penerapan teknologi digital marketing dalam meningkatkan kewirausahaan dan kemampuan branding produk di kalangan siswa MA Soebono Mantofani melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Program ini memberikan pelatihan dan edukasi tentang pentingnya digital marketing, dengan fokus pada penggunaan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan produk dan meningkatkan citra lembaga pendidikan. Kegiatan ini juga menganalisis tantangan yang dihadapi siswa dalam memanfaatkan teknologi digital marketing dan mencari solusi untuk memastikan keberlanjutan implementasi teknologi ini di lingkungan pendidikan. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa siswa lebih memahami konsep pemasaran digital yang relevan dengan kewirausahaan mereka, meskipun tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan pemahaman teknologi masih menjadi hambatan. Untuk itu, keberlanjutan penerapan digital marketing dapat dijaga melalui sistem monitoring, panduan penggunaan teknologi, serta pengembangan keterampilan kreatif yang relevan dengan minat siswa. Dengan demikian, digital marketing tidak hanya memperkuat promosi produk tetapi juga menjadi alat penting untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan siswa MA Soebono Mantofani.

Kata Kunci: Digital marketing, kewirausahaan, PKM, branding, media sosial, pendidikan.

ABSTRACT

This activity was conducted to explore the application of digital marketing technology in enhancing entrepreneurship and product branding skills among the students of MA Soebono Mantofani through the Community Service Program (PKM). The program provides training and education on the importance of digital marketing, focusing on the use of social media and other digital platforms to promote products and improve the image of educational institutions. This activity also analyzes the challenges faced by students in utilizing digital marketing technology and seeks solutions to ensure the sustainability of its implementation in the educational environment. The results of the program show that students have a better understanding of digital marketing concepts relevant to their entrepreneurship, although challenges such as limited resources and technological comprehension still pose barriers. To ensure the sustainability of digital marketing implementation, a monitoring system, technology usage guidelines, and the development of creative skills relevant to students' interests are necessary. Thus, digital marketing not only strengthens product promotion but also becomes an important tool in fostering an entrepreneurial spirit among the students of MA Soebono Mantofani.

Keywords: Digital marketing, entrepreneurship, PKM, branding, social media, education.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Teknologi digital menciptakan peluang baru bagi bisnis untuk memperluas jangkauan mereka dan menjangkau pelanggan dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Salah satu wujud transformasi digital yang paling signifikan adalah digital marketing, yang menjadi tulang punggung strategi pemasaran modern. Dalam kegiatan PKM kini, MA Soebono, sebagai salah satu institusi pendidikan, memiliki peluang untuk memanfaatkan digital marketing guna meningkatkan kemampuan pemasaran, menarik calon siswa, dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM), adaptasi teknologi digital marketing dapat menjadi solusi strategis untuk membantu MA Soebono Mantofani beradaptasi dengan dinamika dunia yang semakin terhubung.

Dalam dunia yang semakin terhubung, adopsi teknologi digital marketing tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga menjadi keharusan agar perusahaan dapat bersaing di pasar global. Digital marketing meliputi berbagai aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui platform digital, seperti situs web, media sosial, email, mesin pencari, dan aplikasi seluler. Teknologi ini memberikan berbagai keuntungan, seperti kemampuan menjangkau audiens yang lebih luas, menargetkan pelanggan secara spesifik, serta meningkatkan interaksi melalui komunikasi dua arah yang lebih intens. Keunggulan-keunggulan ini menciptakan digital marketing menjadi sangat relevan, terutama pada konteks dunia yang semakin terhubung melalui internet.

Namun, implementasi digital marketing di lingkungan pendidikan tidak lepas dari tantangan. Kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia yang memahami strategi pemasaran digital,

minimnya anggaran, serta kurangnya pemahaman terhadap teknologi sering menjadi penghalang. Selain itu, keahlian untuk memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, atau email marketing secara konsisten dan strategis menjadi aspek penting yang perlu dikuasai. Oleh karena itu, melalui PKM, pendampingan terhadap MA Soebono Mantofani bertujuan untuk mengatasi tantangan ini dengan memberikan edukasi, pelatihan, dan strategi implementasi sesuai dengan kebutuhan sekolah.

Kegiatan ini disusun untuk memotivasi siswa agar lebih memiliki wawasan tentang pentingnya penguasaan teknologi digital dan tantangan dalam implementasi strategi digital marketing, serta dampaknya terhadap pengelolaan dan promosi sekolah. Dengan pemahaman yang diberikan diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mendukung MA Soebono Mantofani untuk lebih responsif terhadap kebutuhan zaman sekaligus menjadi referensi bagi lembaga pendidikan lainnya yang ingin mengadopsi teknologi digital marketing.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi permasalahan, maka dapat diperoleh rumusan masalah yang dihadapi mahasiswa adalah :

1. Bagaimana efektivitas penerapan digital marketing dalam meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya pemasaran digital yang terhubung dalam kewirausahaan?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh siswa MA Soebono Mantofani dalam memanfaatkan teknologi digital marketing untuk mempromosikan produk atau layanan?
3. Bagaimana keberlanjutan penerapan teknologi digital marketing di MA Soebono Mantofani dapat terjaga setelah pelatihan dan pengabdian masyarakat dilakukan?

4. Apa saja strategi yang perlu diterapkan agar digital marketing dapat digunakan secara efektif dalam mempromosikan citra dan branding produk oleh siswa?

TUJUAN KEGIATAN

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

1. Menilai efektivitas penerapan digital marketing dalam memberikan wawasan kepada siswa mengenai pentingnya teknologi digital dalam dunia kewirausahaan dan branding produk.
2. Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi siswa dalam menerapkan digital marketing, serta mencari solusi untuk mengatasinya dalam konteks pendidikan.
3. Menganalisis keberlanjutan implementasi teknologi digital marketing di MA Soebono Mantofani agar tetap efektif dan relevan dalam jangka panjang.
4. Memberikan rekomendasi terkait strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pemanfaatan digital marketing dalam kegiatan promosi dan branding produk di kalangan siswa.

TINJAUAN PUSTAKA

Teknologi Digital Marketing

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk menjangkau audiens secara lebih luas, efisien, dan terukur. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), pemasaran digital mencakup berbagai aktivitas seperti SEO, content marketing, social media marketing, email marketing, dan paid advertising. Pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen melalui berbagai platform digital, sehingga meningkatkan engagement dan loyalitas

pelanggan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Teknologi digital marketing memungkinkan institusi, termasuk lembaga pendidikan, untuk memanfaatkan data dan analitik dalam memahami kebutuhan audiens, menciptakan kampanye yang personal, serta meningkatkan engagement. Dalam konteks pendidikan, digital marketing menjadi suatu alat yang efektif untuk mempromosikan citra lembaga dan menarik calon siswa.

Penerapan Digital Marketing dalam Dunia Pendidikan

Lembaga pendidikan semakin menyadari pentingnya penggunaan teknologi digital untuk mendukung kegiatan promosi dan komunikasi. Pemasaran digital telah banyak memberikan kontribusi dalam hal kesadaran, periklanan, pendidikan, ekonomi, dan banyak lainnya Khan et al. (2021) . Peran penting platform seperti media sosial, blog, dan video online membantu lembaga pendidikan menjangkau siswa potensial, memperkuat hubungan dengan masyarakat, dan membangun citra positif.

Namun, penerapannya memerlukan strategi yang terarah, pelatihan bagi staf, serta pemahaman terhadap preferensi audiens. Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, lembaga pendidikan perlu mengambil pendekatan yang terarah dan berkesinambungan. Pendampingan dan kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti melalui program pelatihan atau pengabdian kepada masyarakat, dapat menjadi solusi strategis. Selain itu, pemanfaatan teknologi yang sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan institusi dapat membantu meningkatkan efektivitas kampanye digital mereka. Dengan langkah-langkah yang tepat, digital marketing dapat menjadi salah satu alat utama untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di era digital ini.

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dalam Pendidikan

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu pilar Tridharma Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat melalui transfer pengetahuan dan keterampilan. Dalam konteks ini, PKM sering kali menjadi perantara antara institusi pendidikan dengan komunitas, membantu dalam pengembangan pengetahuan dan pemecahan masalah. Program PKM yang dirancang dengan baik dapat menciptakan dampak berkelanjutan, seperti peningkatan kapasitas institusi dalam memanfaatkan teknologi untuk mencapai tujuan mereka. PKM yang dilaksanakan di MA Soebono Mantofani bertujuan memberikan edukasi dan pelatihan terkait digital marketing agar siswa dapat memahami pentingnya teknologi digital marketing dan lembaga dapat lebih efektif dalam mempromosikan dirinya di era digital.

Keberlanjutan dalam Implementasi Teknologi

Keberlanjutan adalah aspek penting dalam setiap program pelatihan teknologi, terutama ketika melibatkan siswa sebagai audiens utama dan penerima manfaat. Keberhasilan implementasi teknologi tidak hanya bergantung pada keberadaannya, tetapi juga pada sejauh mana inovasi tersebut diterima, dipahami, dan digunakan secara konsisten oleh penggunanya. Dalam konteks MA Soebono Mantofani, keberlanjutan dapat dicapai dengan melibatkan siswa secara aktif dalam proses pelatihan teknologi digital.

Pelatihan harus dibuat untuk memenuhi kebutuhan spesifik siswa, baik dari segi tingkat pemahaman mereka terhadap teknologi maupun potensi pemanfaatannya dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, materi pelatihan dapat mencakup cara menggunakan platform digital untuk mendukung pembelajaran, mengembangkan keterampilan kreatif seperti desain konten media sosial, hingga memperkenalkan konsep pemasaran digital sederhana yang relevan dengan minat siswa. Selain itu, penting untuk menciptakan panduan penggunaan teknologi

yang mudah diakses oleh siswa, sehingga mereka dapat belajar secara mandiri dan menerapkan teknologi tersebut secara berkelanjutan.

Untuk memastikan implementasi berjalan sesuai tujuan, sistem pengajaran dan evaluasi dapat dilakukan dengan melibatkan guru dan siswa. Misalnya, guru dapat memantau progres siswa dalam menanamkan keterampilan digital melalui proyek kolaboratif atau tugas praktik. Siswa juga dapat didorong untuk berbagi pengalaman dan ide-ide kreatif mereka, sehingga menciptakan kegiatan belajar yang interaktif dan inovatif. Dengan langkah-langkah ini, teknologi digital tidak hanya menjadi alat bantu, tetapi juga menjadi bagian integral dari pembelajaran siswa di MA Soebono Mantofani.

METODE PELAKSANAAN

Populasi penelitian ini yaitu siswa/i MA Soebono Mantofani. Sedangkan, sampel yang digunakan yaitu 80 siswa/i MA Soebono Mantofani. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan kualitatif dengan metode penelitian aksi partisipatif (Participatory Action Research/PAR). Tahapan pelaksanaan meliputi:

- a. Survey Tempat Pelaksanaan Pelatihan.
Mahasiswa berkoordinasi dengan pihak sekolah untuk memberi informasi terkait kegiatan serta melakukan analisis kebutuhan dan survey lokasi sekolah secara pribadi selain itu kami juga melakukan observasi mandiri melalui wawancara dengan siswa terkait pengetahuan tentang digital marketing. Setelah melakukan analisis dan survey hasilnya dituangkan dalam proposal PKM Institusi.
- b. Persiapan
Pemilihan materi tentang Adaptasi Teknologi Digital Marketing di Dunia yang Semakin Terhubung, serta strategi penerapannya.
- c. Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini bertempat di MA Soebono Mantofani, melalui pengenalan Digital Marketing dan Strateginya dengan cara mempresentasikan materi didepan para peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) di MA Soebono Mantofani berjalan lancar dengan melibatkan siswa kelas 10, 11 dan 12. Kegiatan ini meliputi seminar, workshop interaktif, dan simulasi proyek digital. Namun, terdapat beberapa kendala dalam optimalisasi perannya, antara lain:

- a. Kurangnya koordinasi dengan pihak kemahasiswaan dan siswa.
- b. Sebagian besar siswa masih kurang memahami apa itu digital marketing.
- c. Beberapa siswa masih sulit untuk menerima materi yang disampaikan.

Pembahasan

Penelitian ini memiliki fokus terhadap siswa-siswi MA Soebono Mantofani dalam membentuk Jiwa Entrepreneur yang kreatif dengan memanfaatkan Digital Marketing untuk meningkatkan branding produk dengan beberapa kegiatan yang diberikan kepada siswa-siswi MA Soebono Mantofani sebagai berikut:

Penelitian ini berfokus pada pengembangan jiwa kewirausahaan yang kreatif pada siswa-siswi MA Soebono Mantofani dengan memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan branding produk. Beberapa kegiatan yang diberikan kepada siswa-siswi MA Soebono Mantofani meliputi:

- a. Pemaparan Materi Kewirausahaan
Pada tahap awal kegiatan, siswa-siswi diberikan wawasan dan motivasi mengenai karakteristik seorang pengusaha. Mereka dibekali dengan pengetahuan tentang pentingnya memiliki bisnis yang tidak

hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga dapat menciptakan lapangan kerja bagi orang lain. Materi ini bertujuan untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan, mengajarkan bagaimana memimpin bisnis, serta membekali siswa-siswi dengan nilai-nilai kewirausahaan yang relevan dalam skala lokal dan global. Dengan demikian, siswa-siswi diharapkan tidak hanya berfokus pada pencarian pekerjaan, tetapi juga termotivasi untuk menjadi pencipta lapangan pekerjaan.

- b. Pemaparan Materi Digital Marketing
Para siswa-siswi MA Soebono Mantofani diberikan pemahaman tentang konsep dan pentingnya digital marketing dalam memperkenalkan merek dan mempromosikan produk. Materi ini bertujuan agar siswa-siswi lebih memahami bagaimana digital marketing dapat digunakan untuk menjangkau pelanggan secara efisien, relevan, dan efektif melalui media digital. Siswa-siswi diharapkan dapat memahami berbagai aspek digital marketing, mulai dari penggunaan media sosial hingga strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam dunia bisnis mereka di masa depan.
- c. Pemaparan Materi Pemanfaatan Media Sosial untuk Branding dan Promosi Produk
Dalam sesi ini, siswa-siswi diberikan pemahaman tentang pentingnya media sosial dalam branding dan promosi produk. Penggunaan media sosial merupakan metode pemasaran digital yang hemat biaya dan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan popularitas merek, terutama bagi pelaku usaha baru. Dengan strategi yang tepat, sebuah merek dapat mencapai awareness yang tinggi. Pengenalan merek akan lebih efektif apabila didukung oleh kualitas pemasaran digital yang optimal. Beberapa platform media sosial yang efektif untuk penerapan digital marketing saat ini antara Facebook, Tiktok, Instagram dan situs web.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan ini menunjukkan bahwa melalui pelatihan yang difokuskan pada pengembangan jiwa kewirausahaan, pemanfaatan dan adaptasi digital marketing, siswa-siswi MA Soebono Mantofani dapat memperoleh wawasan yang berharga tentang kewirausahaan dan pemasaran digital. Kegiatan yang diberikan, seperti pemaparan materi kewirausahaan, pemanfaatan media sosial untuk branding dan promosi produk, serta pemahaman tentang digital marketing, diharapkan dapat meningkatkan semangat kewirausahaan yang kreatif dan memberikan pengetahuan praktis dalam menerapkan pemasaran digital untuk memajukan bisnis. Dengan demikian, siswa-siswi tidak hanya didorong untuk menjadi pencari kerja, tetapi juga menjadi pencipta lapangan kerja melalui penerapan teknologi dan kreativitas yang mereka pelajari.

Saran

Berdasarkan kegiatan ini, ada beberapa saran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan hasil kegiatan ini di masa depan.

1. Penting untuk terus memberikan pelatihan yang berkelanjutan, tidak hanya mengenai digital marketing, tetapi juga tentang pengelolaan bisnis dan inovasi produk.
2. Lembaga pendidikan seperti MA Soebono Mantofani dapat memperkuat kerjasama dengan berbagai pihak, seperti praktisi bisnis, lembaga pelatihan digital marketing, atau komunitas kewirausahaan, untuk memberikan pengalaman praktis dan mentoring yang lebih mendalam kepada siswa-siswi.
3. Penting untuk terus mengadaptasi perkembangan teknologi dan tren pemasaran digital yang selalu berubah, agar siswa-siswi dapat mengikuti dinamika pasar dan dapat lebih kompetitif dalam dunia usaha.

Dengan demikian, implementasi digital marketing dalam pembelajaran kewirausahaan di tingkat sekolah dapat menjadi langkah awal yang sangat berarti bagi siswa untuk memasuki dunia kewirausahaan dengan lebih siap dan percaya diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, P., Susanti, N., & Astuti, K. (2024). Digital Marketing Strategy To Increase Sales At The Hawwapassion Store, Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(1), 29-34.
- Khan, R. Z., & Nawaz, H. (2021). Impact and challenges of digital marketing during Covid-19 pandemic. *Gorteria Journal*, 34(8), 31-39.
- 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.
- Hakim, L., Putri, I. S., Pasaribu, V. L. D., & Tobroni, M. (2026). Public Speaking for Teens: Sharpens Self-Confidence and Effective Communication Skills. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 28-35.
- Kushermanto, S., Pasaribu, V. L. D., & Aulia, N. M. (2026). Building Cooperation and Leadership Through Youth Team Building Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 36-43.
- 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 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., 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.

Pasaribu, V. L. D., Adiputra, B., Oktaviani, D., & Ramdonih, F. (2026). Financial Health in the Digital Era: Gen Z Financial Literacy to Combat a Consumptive Lifestyle. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 66-70.

Pasaribu, V. L. D., Rahmah, A., Fitri, L., & Rommadon, R. (2026). Digital Marketing as a Means of Career Opportunities and Entrepreneurship. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 52-58.

Pasaribu, V. L. D., Saputra, B., Alayya, F., & Utami, R. D. (2026). Boosting Self-Confidence Through Public Speaking: A Youth Workshop. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 71-76.

Pasaribu, V. L. D., Rahayu, A., Septianti, A., & Wirana, A. P. (2026). Measuring Digital Content and Campaign Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 44-51.

Pasaribu, V. L. D., Fadilah, R., Purwanti, A., & Amelia, N. (2026). The Importance of Soft Skills for Teenagers in the Modern Era: Challenges and Opportunities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 11-18.

Pasaribu, V. L. D., Wijohandoko, T., Yanuarso, B. P., & Tumanggor, M. (2026). Optimizing Micro-Business Financial Management in Benda Baru Subdistrict Through Financial

Management Training. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 01-10.

Pasaribu, V. L. D., Anggelita, A. Y., Putri, A. N., Wiyadi, A., & Fatonah, D. (2026). Counseling on Cultivating an Entrepreneurial Spirit in the Digital Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 19-27.

Pasaribu, V. L. D., Witjaksono, M. G., Khoerunnisa, D., & Maharani, N. (2026). Social Media Ethics at the Wisma Karya Bakti Orphanage. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Sulistyawati, R., Tupamahu, J., & Sabila, S. (2026). The Role of Soft Skills in Shaping Students' Leadership and Social Responsibility in the Era of Society 5.0. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).

Pasaribu, V. L. D., Zalukhu, M., & Akbar, I. M. (2026). Smart and Responsible Leadership of Vocational High School Students in the Era of Society 5.0. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 181-190.

Pasaribu, V. L. D., Hermanto, H., Bidaya, Y., & Buulolo, R. (2026). Leadership Transformation Strategies to Strengthen the Responsibility and Character of Vocational High School Students in the Society 5.0 Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 211-220.

Pasaribu, V. L. D., Priyanto, G., Ndruru, K., & Indrawan, J. (2026). Leadership Camp Era 5.0: Developing Leadership and Social Responsibility in Students. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 191-199.

Loyalitas Kreativitas
Abdi Masyarakat
Kreatif

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.07,No.01.Maret 2026Hal.130-138
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

