Loyalitas Kreativitas Abdi Masyarakat Kreatif

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Pelatihan Dan Penyuluhan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Lokal

Fauziah Septiani,Muhammad Reza Bamayo [1]; Reno Setiawan [2]; Taufiqurrohman [3]

Program Studi Manajemen dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pamulang
www.unpam.ac.id
Corresponding author: e-mail: rezabamayo592@gmail.com

ABSTRAK

Pemasaran digital telah menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing merek lokal di era modern. Dengan memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial, optimisasi mesin pencari (SEO), pemasaran konten, dan iklan berbayar, merek lokal dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan interaksi, dan membangun loyalitas pelanggan. Artikel ini membahas berbagai strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek lokal, termasuk analisis tren pasar, penggunaan platform digital yang tepat, dan evaluasi keberhasilan kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital yang terintegrasi dapat memberikan dampak positif signifikan terhadap pertumbuhan merek lokal. Fokus utama kegiatan adalah membekali siswa dengan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran berbasis digital yang efektif dan relevan, termasuk penggunaan alat analitik digital, pengelolaan konten yang menarik, dan optimalisasi platform media sosial untuk memperluas jangkauan audiens. Selain itu, siswa juga dilatih untuk mengembangkan keterampilan kreatif yang diperlukan dalam membuat konten pemasaran, seperti desain grafis, storytelling visual, dan penggunaan video pendek sebagai sarana promosi. Hasil dari program menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa terhadap konsep dan aplikasi digital marketing. Siswa lebih memahami pentingnya strategi pemasaran berbasis data, konten kreatif yang menarik, serta pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan brand lokal. Program ini juga berhasil membuka wawasan siswa tentang peluang wirausaha berbasis digital, sehingga mereka lebih percaya diri untuk memulai usaha kecil dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi kesiapan siswa dalam menghadapi tantangan dunia kerja di era globalisasi sekaligus mendukung pengembangan usaha mikro di tingkat pelajar.

Kata kunci: *Digital marketing, Brand lokal, media sosial.*

ABSTRACT

Digital marketing has become a crucial strategy to expand the reach and competitiveness of local brands in the modern era. By leveraging digital technologies such as social media, search engine optimization (SEO), content marketing, and paid advertisements, local brands can reach a wider audience, enhance engagement, and build customer loyalty. This article explores various effective digital marketing strategies to boost local brand awareness, including market trend analysis, the use of appropriate digital platforms, and campaign success evaluation. The study results indicate that implementing integrated digital marketing can significantly positively impact the growth of local brands. The main focus of this program is to equip students with a deep understanding of effective and relevant digital marketing strategies, including the use of digital analytics tools, content management, and social media optimization to expand audience reach. Additionally, students were trained to develop creative skills needed to create marketing content, such as graphic design, visual storytelling, and the use of short videos for promotion. The results of the

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

program show a significant improvement in students' understanding of digital marketing concepts and applications. They gained a better understanding of the importance of data-driven marketing strategies, the creation of engaging creative content, and the use of social media to improve local brand. This program also successfully opened students' minds to digital-based entrepreneurial opportunities, boosting their confidence to start small businesses using available technology. Therefore, this training is expected to make a tangible contribution to preparing students for the challenges of the workforce in the global era while supporting the development of micro-enterprises at the student level.

Keywords : *Digi*
tal marketing, local brand, social media.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat dalam beberapa dekade terakhir telah membawa dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah di bidang pemasaran. Dalam konteks pemasaran yang terus berkembang, perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru bagi pelaku bisnis untuk mengakses pasar secara lebih luas dan langsung terutama di brand lokal. Pesatnya perkembangan internet dan media sosial telah membuka peluang besar bagi bisnis lokal untuk memperluas jangkauan pasar mereka tanpa batas geografis. Namun, banyak brand lokal yang masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan potensi ini secara optimal karena keterbatasan pengetahuan, sumber daya, dan strategi yang efektif.

Melalui pelatihan dan penyuluhan pemasaran digital ini, kami bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang konsep, teknik, dan alat-alat pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan bisnis lokal. Program ini dirancang untuk membantu pelaku usaha memahami cara membangun identitas merek yang kuat, meningkatkan visibilitas produk di platform digital, serta menciptakan kampanye pemasaran yang mampu menarik perhatian audiens target

MA Daarul Hikmah, sebagai lembaga pendidikan yang memfokuskan diri pada pengembangan keterampilan praktis, memiliki tanggung jawab untuk mempersiapkan siswa agar dapat bersaing di dunia kerja yang semakin dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Oleh karena itu, pengenalan dan pemahaman tentang pemasaran digital kepada siswa menjadi sangat penting, terutama dalam konteks perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada dunia maya. Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di MA Daarul Hikmah ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang mendalam kepada siswa mengenai tren pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Pelatihan ini juga difokuskan pada penggunaan media sosial sebagai alat untuk melakukan pemasaran yang kreatif, efektif, dan efisien dalam rangka meningkatkan brand lokal

Melalui program ini, siswa diharapkan tidak hanya memahami konsep dasar pemasaran digital, tetapi juga dapat mengaplikasikan keterampilan tersebut dalam kehidupan nyata, seperti merancang kampanye pemasaran melalui platform digital yang populer di kalangan pebisnis lokal. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk membuka wawasan siswa tentang peluang wirausaha yang dapat dikembangkan melalui pemasaran digital, serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan di dunia kerja yang semakin digital. Dengan demikian, diharapkan siswa MA Daarul Hikmah dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna dalam mengembangkan usaha berbasis digital atau memasuki industri pemasaran digital yang terus berkembang pesat.

RUMUSAN MASALAH

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

1. Bagaimana cara memperkenalkan dan meningkatkan pemahaman siswa MA Daarul Hikmah tentang pentingnya pemasaran digital untuk meningkatkan brand lokal?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi oleh siswa MA Daarul Hikmah dalam mengaplikasikan pemasaran digital melalui media sosial?
3. Bagaimana pemanfaatan media sosial dan teknologi digital lainnya dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan brand lokal yang efektif?
4. Bagaimana meningkatkan kemampuan siswa dalam mengembangkan konten kreatif yang relevan untuk meningkatkan brand lokal melalui media sosial

TUJUAN KEGIATAN

1. Meningkatkan literasi digital siswa, khususnya terkait dengan konsep dasar dan tren terbaru dalam pemasaran digital yang relevan untuk meningkatkan brand lokal.
2. Mengetahui tantangan apa saja yang dihadapi oleh siswa MA Daarul Hikmah dalam mengaplikasikan pemasaran digital melalui media sosial.
3. Mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana pemanfaatan media sosial dan teknologi digital dapat digunakan untuk meningkatkan brand lokal yang efektif
4. Meningkatkan kemampuan siswa dalam mengembangkan konten kreatif yang relevan untuk meningkatkan brand lokal melalui media sosial

TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan Brand Lokal Melalui Pemasaran Digital

Brand lokal merujuk pada merek yang dikembangkan oleh pelaku usaha di dalam suatu negara atau wilayah tertentu. Brand ini biasanya menonjolkan identitas lokal, baik dari segi produk, layanan, maupun citra yang diusung. Menurut Kotler dan Keller (2016), keberhasilan suatu brand sangat bergantung pada kemampuannya dalam menciptakan nilai tambah dan membangun loyalitas konsumen. Pemasaran digital merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital seperti media sosial, situs web, email, dan platform e-commerce. Menurut Chaffey (2019), pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas, efisien, dan interaktif. Hal ini penting bagi brand lokal untuk bersaing dengan brand global.

Karakteristik Brand Lokal dan Implikasi pemasarannya

Karakteristik utama brand lokal mencakup kedekatannya dengan budaya dan tradisi masyarakat di wilayah asalnya. Produk lokal sering kali merepresentasikan identitas budaya, yang menjadi daya tarik bagi konsumen domestik. Penelitian oleh Schuiling dan Kapferer (2004) menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih produk lokal karena adanya rasa keterikatan emosional dan keinginan untuk mendukung perekonomian lokal. Namun, kualitas produk brand lokal sering kali bervariasi, tergantung pada ketersediaan sumber daya dan teknologi yang digunakan dalam proses produksi.

Dalam konteks pemasaran, brand lokal memiliki implikasi yang signifikan. Strategi pemasaran yang efektif biasanya berfokus pada diferensiasi, di mana merek lokal menonjolkan nilai-nilai budaya atau ciri khas unik produk mereka. Komunikasi pemasaran sering menggunakan pendekatan berbasis komunitas, seperti memanfaatkan media lokal atau bekerja sama dengan komunitas setempat. Selain itu, digitalisasi telah menjadi salah satu cara utama bagi merek lokal untuk meningkatkan daya saing mereka, dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan.

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Media Sosial sebagai Alat Pemasaran Kreatif

Media sosial telah menjadi platform utama untuk menyampaikan pesan pemasaran yang inovatif. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sangat efektif untuk menjangkau pelajar karena fitur-fitur interaktifnya. Pemasaran melalui media sosial memungkinkan pelaku bisnis untuk memanfaatkan iklan berbayar, kolaborasi dengan influencer, serta analitik data untuk memahami perilaku audiens. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) tetapi juga membantu membangun loyalitas pelanggan.

Tantangan Implementasi Pemasaran Digital di Kalangan Pebisnis Lokal

Meskipun pemasaran digital menawarkan banyak peluang, terdapat sejumlah tantangan dalam mengimplementasikannya di kalangan pebisnis lokal. Tantangan utama meliputi rendahnya literasi digital, kurangnya pemahaman terhadap alat analitik, dan keterbatasan sumber daya teknologi. Selain itu, pebisnis lokal sering kali menghadapi kesulitan dalam mengembangkan konten yang relevan dan menarik untuk audiens mereka. Oleh karena itu, program pelatihan dan pendampingan sangat penting untuk membantu pelajar mengatasi hambatan ini dan memanfaatkan teknologi secara maksimal.

Meningkatkan Literasi Digital dan Keterampilan pebisnis lokal

Pelatihan literasi digital yang diberikan kepada pelajar, seperti siswa MA Daarul Hikmah, bertujuan untuk membekali mereka dengan kemampuan memahami dan menggunakan teknologi pemasaran digital secara efektif. Pelajar diajarkan cara mengelola konten, menggunakan alat analitik digital, dan membuat desain yang menarik. Selain itu, keterampilan storytelling visual dan pelatihan bisnis menjadi fokus utama untuk mendukung kemampuan kreatif mereka dalam memasarkan produk atau jasa.

Peluang Wirausaha Berbasis Digital

Pemasaran digital juga membuka jalan bagi pelajar untuk terlibat dalam dunia wirausaha. Dengan memanfaatkan media sosial, mereka dapat memulai bisnis kecil dengan biaya rendah tetapi memiliki potensi jangkauan audiens yang luas. Contoh peluang usaha berbasis digital meliputi bisnis dropshipping, layanan desain grafis, hingga pemasaran produk lokal melalui e-commerce. Literasi digital yang baik memberikan kepercayaan diri kepada pelajar untuk memulai langkah ini dan mengelola bisnis mereka secara mandiri.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses pelaksanaan pelatihan digital marketing di MA Daarul Hikmah, termasuk respons, tantangan, dan hasil yang dicapai oleh siswa dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan kreatif mereka.

Tahap Persiapan

- **Penentuan Sasaran**
  Identifikasi siswa MA Daarul Hikmah sebagai peserta program berdasarkan kebutuhan dan tingkat literasi digital awal mereka.
- **Pengembangan Materi**
  Pembuatan modul pelatihan yang mencakup teori pemasaran digital, penggunaan alat analitik, pembuatan konten kreatif, dan pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.
- **Koordinasi dengan Sekolah**
  Diskusi dengan pihak sekolah untuk menentukan jadwal, ruang, dan peralatan yang diperlukan selama pelatihan.

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Tahap Pelaksanaan

- **Sesi Teori (Presentasi dan Diskusi)**
  Pemaparan mengenai konsep dasar pemasaran digital, pentingnya media sosial, serta tren pemasaran digital untuk meningkatkan brand lokal
- **Workshop Interaktif**
  Pelatihan berbasis praktik, seperti:
  - Simulasi Pemasaran di Media Sosial: Membuat dan mengelola akun bisnis di Instagram, TikTok, dan YouTube.
  - Sesi Tanya Jawab dan Diskusi: Melibatkan siswa dalam diskusi untuk berbagi ide, pengalaman, dan solusi terhadap tantangan pemasaran digital.

Tahap Evaluasi

- **Penilaian Pemahaman Siswa**
  Menggunakan kuis atau tes untuk mengukur sejauh mana siswa memahami materi yang diajarkan.
- **Feedback Peserta**
  Mengumpulkan masukan dari siswa mengenai program pelatihan untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan di masa depan.

Tahap Pendampingan Pasca-Pelatihan

- **Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan**
  Pendampingan siswa dalam mengimplementasikan keterampilan yang telah mereka pelajari, baik untuk proyek sekolah maupun inisiatif wirausaha.
- **Penyediaan Platform Konsultasi**
  Memberikan akses kepada siswa untuk berkonsultasi tentang pemasaran digital melalui media daring, seperti grup diskusi atau email.

Dokumentasi dan Pelaporan

- Selama pelaksanaan, kegiatan akan didokumentasikan melalui foto dan video untuk digunakan sebagai bahan evaluasi dan promosi program serupa di masa depan.
- Laporan akhir akan dibuat untuk merangkum hasil, evaluasi, dan rekomendasi dari program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

- **Peningkatan Pemahaman Digital Marketing**
  Setelah mengikuti pelatihan, siswa menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap konsep dasar pemasaran digital. Mereka mampu menjelaskan istilah-istilah seperti brand awareness, content marketing, dan digital analytics serta memahami peran media sosial dalam pemasaran digital.
- **Respon Positif dari Peserta**
  Mayoritas siswa menyatakan bahwa pelatihan ini relevan dengan kebutuhan mereka dan memberikan manfaat nyata dalam memahami dunia pemasaran digital serta mempersiapkan mereka untuk memasuki dunia kerja maupun dalam berbisnis.
- **Kesadaran terhadap Peluang Wirausaha**
  Pelatihan membuka wawasan siswa tentang peluang wirausaha berbasis digital. Beberapa siswa menunjukkan minat untuk memulai bisnis kecil dengan memanfaatkan platform media sosial sebagai alat promosi.

Pembahasan

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

- **Pentingnya Kreativitas dalam Pemasaran**

  Salah satu tantangan utama dalam pemasaran digital adalah menciptakan konten yang mampu menarik perhatian audiens. Pelatihan ini berhasil membekali siswa dengan keterampilan kreatif, seperti storytelling visual dan desain grafis, yang merupakan elemen penting dalam menarik perhatian siswa yang sangat visual.
- **Dampak Jangka Panjang**

  Pelatihan dan penyuluhan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis tetapi juga membangun kepercayaan diri siswa untuk memulai langkah wirausaha. Hal ini relevan dengan tujuan program, yaitu mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan dunia kerja di era digital dan mendukung pengembangan usaha mikro di tingkat pelajar.
- **Kendala yang Dihadapi**

  Beberapa kendala yang dihadapi mulai dari kurangnya persiapan acara, serta keterbatasan waktu saat memulai acara dan terjadinya keterlambatan saat memulai acara.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada literasi digital di MA Daarul Hikmah berhasil meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep pemasaran digital dan aplikasinya. Siswa menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran digital, memahami strategi pemasaran berbasis data, dan menciptakan konten yang menarik bagi pebisnis lokal. Selain itu, program ini membuka wawasan siswa tentang peluang wirausaha berbasis digital, memberikan mereka kepercayaan diri untuk memulai bisnis kecil dengan memanfaatkan teknologi. Meski menghadapi tantangan, seperti keterbatasan waktu dan keterlambatan dalam memulai acara, pendampingan yang intensif mampu membantu siswa mengatasi hambatan tersebut.

Saran

- **Penguatan Infrastruktur Teknologi**

  Pemerintah dan sekolah diharapkan menyediakan fasilitas teknologi yang lebih memadai, seperti perangkat komputer dan akses internet, untuk mendukung pembelajaran digital.
- **Pendampingan Berkelanjutan:**

  Program ini sebaiknya diikuti dengan monitoring dan bimbingan jangka panjang untuk memastikan kualitas brand lokal yang diajarkan dapat diaplikasikan secara nyata.
- **Ekspansi Program:**

  Kegiatan serupa perlu diperluas ke sekolah-sekolah lain untuk memperkuat literasi digital untuk meningkatkan brand lokal secara lebih merata.
- **Kolaborasi dengan Industri**

  Mengadakan kerja sama dengan pelaku industri untuk memberikan siswa pengalaman langsung dalam dunia pemasaran digital melalui magang atau proyek bersama.
- **Pengembangan Kurikulum**

  Pemasaran digital dapat dimasukkan sebagai bagian dari kurikulum sekolah untuk membekali siswa dengan keterampilan yang relevan di era globalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

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., & 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. 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, Tanggerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 177-180.

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

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

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.

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

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, Tanggerang 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

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreativ Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreativ.manajemen@gmail.com

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.

Pasaribu, V. L. D., Juraemi, A. F. R., Nabila, S., & Suwandi, W. (2026). The Influence of Family Environment on High School Students' Learning Motivation. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 987-996.

Pasaribu, V. L. D., Wardatun, L. S., Pandhuwinata, P., & Laurent, S. (2026). The Relationship Between Harassment and Self-Confidence Levels of Vocational High School Students. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 966-976.

Pasaribu, V. L. D., Zakaria, D. A., Jamil, N. A., & Septiana, Z. D. (2026). Transforming Financial Education: Preparing an Independent and Resilient Young Generation. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 919-931.

Pasaribu, V. L. D., Sulistiawati, L., & Handayani, T. (2026). Improving Generation Z's Financial Resilience Through Digital Financial Literacy at Daarul Shafa Islamic Vocational School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 954-966.

Pasaribu, V. L. D., Aryanto, Y. K., Daryanto, R., & Sofyan, D. A. (2026). Holistic Education: Combining Financial Literacy and Soft Skills in High Schools. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 942-954.

Pasaribu, V. L. D., Tasya, F. S., & Anwariah, Y. (2026). The Influence of Verbal Violence on Adolescent Mental Health in School Environments. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 976-987.

Pasaribu, V. L. D., Mayshitta, L. A., Novendra, S. R., & Andini, A. F. (2026). The Relationship Between Peer Bullying and Decreased Learning Interest in Vocational High School Students. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 908-919.

Pasaribu, V. L. D., Sari, R. M., Pujawati, S., & Herlita, T. (2026). The Role of Soft Skills in Cultivating an Entrepreneurial Spirit Among Teenagers. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 931-942.

Pasaribu, V. L. D., Adiyani, M., Auliaputri, N., & Fadilah, P. R. (2026). Training on Using Microsoft Word in Writing Papers to Support High School Students at the Nurul Ihsan Islamic Boarding School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 314-323.

Pasaribu, V. L. D., Aribah, N. N., & Pambudi, G. (2026). Leadership & Teamwork Class: Collaboration, Not Competition. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 283-289.

Pasaribu, V. L. D., Dzikrirullah, D., Putri, G. A. O., & Saputri, O. R. (2026). The Role of Financial Education in Shaping the Savings Behavior of Students in Islamic Boarding Schools. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 334-343.

Prabowo, R. N., Siahaan, H., Pasaribu, V. L. D., & Kurniawat, T. R. (2026). Career Motivation: Ready to Work, Ready to Create, Ready to Become. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 290-296.

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Pasaribu, V. L. D., Putri, R. A., Hidayah, S. N., & Sofhin, S. A. (2026). Building Educational Awareness of the Dangers of Free Association for Students at the Nurul Ihsan Islamic Boarding School, Setu District, South Tangerang. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 475-484.

Pasaribu, V. L. D., Rahmadani, R., Riswadi, A. N., & Yuliyani, A. L. (2026). Financial Literacy and Strengthening the Character of Islamic Students in Facing Modern Economic Challenges. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 344-354.

Pasaribu, V. L. D., Ikhwan, M., Pratama, I. S. P., & Saputra, R. A. (2026). Strengthening the Entrepreneurial Spirit of Young People Through Business-Based Greenpreneur Programs in the Digital Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 446-456.

Pasaribu, V. L. D., Fadilla, D., & Saputra, R. M. (2026). The Influence of Social Media Use on Promiscuity among School Adolescents at Al-Hidayah Vocational School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 390-399.

Pasaribu, V. L. D., Al Agaf, S., Syahwita, D., & Ameliya, E. (2026). Creative CV and Portfolio Creation Training Using Canva to Improve Work Readiness and Organizational Skills for High School Students at Nurul Ihsan Islamic Boarding School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 497-504.

Pasaribu, V. L. D., Putri, P., Anggraeni, P., & Ramadani, N. (2026). Counseling on Optimization and Innovation in Building Personal Branding Since High School Through Linkedin to Increase Career Opportunities in the Tight Competition in the Industrial World for High School Students at the Nurul Ihsan Islamic Boarding School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 466-474.

Pasaribu, V. L. D., Sherlyana, G. Z., Kautaman, I. R., & Cedar, R. M. (2026). Time Management & Productivity A la Gen Z. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 306-315.

Pasaribu, V. L. D., Agustina, A., & Amelia, G. (2026). Powerpoint Software Learning Media Training to Increase Student Learning Enthusiasm and Literacy. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 505-513.

Pangestu, B. B., Fitria, N., Dewi, S. M., & Pasaribu, V. L. D. (2026). Public Speaking & Personal Branding Class: Dare to Appear in Front of the Camera. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 297-305.

Pasaribu, V. L. D., Hafit, R., Khairunnisa, A. A., & Daulay, T. A. P. (2026). Digital Marketing Workshop: How to Sell Online Through Social Media at Al-Hikmah Vocational School, Jakarta. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 316-323.

Pasaribu, V. L. D., Fatimawati, E., Rasyid, R. R. M., & Pramudita, A. A. (2026). The Relationship Between Financial Literacy and the Consumptive Behavior of Students at the Nurul Ihsan Islamic Boarding School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 324-333.

Pasaribu, V. L. D., Zaskia, S. A., Arum, D. P., & Waluyo, J. (2026). Utilization of AI and Information Technology in the World of Education to Increase Learning Efficiency and Creativity. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 355-365.

Pasaribu, V. L. D., Saputra, R. N., Istiqomah, T. N., & Lestari, M. (2026). Evaluation of Student Readiness in Facing the Transition to Post-Vocational School Life, Between the World of Work and the World of Higher Education. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 410-420.

Pasaribu, V. L. D., Utomo, M. R. A., Ridwan, M., & Rizaldi, M. (2026). Socialization and Education on Clean and Healthy Lifestyle Patterns (PHBS) in Schools and Households. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 430-437.

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Pasaribu, V. L. D., Saputra, A. A., Alfaris, R., & AS, N. I. F. (2026). The Influence of Social Media Use on Free Association in School Environments. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 377-389.

Pasaribu, V. L. D., Putri, A. S., Lestari, A., & Wahyuni, S. P. (2026). Household Waste Management Training Towards a Clean and Healthy Environment. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 366-376.

Pasaribu, V. L. D., Dwitama, M. C. A., Simanullang, S. A., & Putri, D. R. (2026). Utilization of AI (Artificial Intelligence) in Teaching and Learning Activities for Students of Nurul Iksan Islamic Boarding School in Momonggor Village. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 485-496.

Pasaribu, V. L. D., Sholeh, M. I., Fitriani, P., & Gustiansyah, M. F. (2026). Optimizing Investment Portfolios with Mutual Funds and Stocks: Strategies for Optimizing Investment Portfolios by Combining Mutual Funds and Stocks. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 421-429.

Pasaribu, V. L. D., Syaukani, M. H., Saputra, M. R., & Andrean, R. (2026). The Role of Leadership in Creating a Positive and Collaborative Learning Environment. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 438-445.

Pasaribu, V. L. D., Fatawi, A., Sumarno, K. R. P., & Ulya, N. K. (2026). Utilization of Social Media as a Means of Promoting Products Created by Students of Al-Hidayah Vocational School. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(2), 400-409.

Pasaribu, V. L. D., Busa, W. C. A., & Saputra, M. B. R. (2026). Counseling on the Importance of Maintaining Mental Health Among Students. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(3), 15-27.

Pasaribu, V. L. D., Putri, E., Maulidah, N. A., Aulia, S. S., & Putra, P. A. B. (2026). My Mind My Rules: Emotional Intelligence and Anti-Bullying Training to Improve Teenagers' Mental Well-Being. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(3), 166-180.

Pasaribu, V. L. D., Al'fiyah, A., Rachma, L. P., & Setiawan, H. (2026). The Importance of Self-Care and Mindfulness for Adolescent Mental Health. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(3), 1-14.

Pasaribu, V. L. D., Ardiningrum, C., & Alzikri, M. A. (2026). Empowering Students to Face Mental Health Challenges in the Digital Age. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(3), 152-165.

Pasaribu, V. L. D., Rivai, A., Sari, D. K. F., & Amalia, K. (2026). Digital Education to Increase Mental Health Awareness in Adolescents. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(3), 138-151.

Pasaribu, V. L. D., Ramansyah, R. O., Sa'diyah, A., & Aristawati, P. (2026). Implementation of Stress Management in Improving Mental Health in the Al-Hikmah Vocational School Environment. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(3), 54-68.

Pasaribu, V. L. D., Ambarwati, E. T. D., Zanra, R., & Fadilah, R. (2026). Technology-Based School Management System Counseling for Administrative Efficiency. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(3), 28-39.

Pasaribu, V. L. D., Rusita, A., Tamara, D. S., & Syarifah, N. (2026). Hobby-Based Business Development Training for High School Students at SMAN PGRI 56 CIPUTAT. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(3), 40-53.

Pasaribu, V. L. D., Firdani, A. R., Ramadhan, H. O., & Firda, L. J. (2026). Stop Overthinking, Start Healing: Self-Awareness Training for Managing Stress and Overthinking in Teenagers. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, *1*(3), 181-193.

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-15). Pearson.

Strauss, J., & Frost, R. (2016). *Pemasaran Digital* (Edisi ke-7). Pearson.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.

Schuiling, I., & Kapferer, J. N. (2004). *Real differences between local and international brands: Strategic implications for international marketers. Journal of International Marketing.*

Özsomer, A. (2012). *The interplay between global and local brands: A closer look at perceived brand globalness and local iconness. Journal of International Marketing.*

Nguyen, T. T. M., Barrett, N. J., & Miller, K. E. (2020). *Leveraging digital platforms for marketing success in local markets. Journal of Marketing Technology*

DOKUMENTASIKEGIATAN

P-ISSN 2722-2101, E-ISSN 2722-4201
Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pamulang
Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol.7,No.02 Juli 2026 Hal.225-237
Email:jurnalkreatif.manajemen@gmail.com