



## PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DENGAN FOKUS PEMASARAN DIGITAL

Lati Sari Dewi <sup>1</sup>, Asep Saeful Falah <sup>2</sup>

<sup>1\*,2</sup>Manajemen, STIE Latifah Mubarokiyah

\*Email Koresponden : [latisaridewi02@gmail.com](mailto:latisaridewi02@gmail.com)

DOI: 10.62567/micjo.v1i3.169

Article info:

Submitted: 19/06/24

Accepted: 16/07/24

Published: 30/07/24

### Abstract

The implementation of the community service at SMK Daarul Abroor aimed to enhance students' understanding of digital entrepreneurship and the application of simple digital marketing strategies. The results showed that the participants had grasped the basic concepts of digital entrepreneurship and were able to apply digital marketing strategies effectively. The success rate of this service was measured through discussions and Q&A sessions with the participants, indicating a good understanding. To improve the effectiveness of future activities, it is recommended to provide computers with internet access to enable direct practice related to digital marketing activities. Additionally, specialized practice in copywriting techniques is also necessary to maximize digital marketing activities. This will help participants understand and apply design, content layout, and copywriting techniques more effectively.

**Keywords :** Digital entrepreneurship, digital marketing strategies, copywriting techniques

### Abstrak

Pelaksanaan pengabdian di SMK Daarul Abroor bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai kewirausahaan digital dan penerapan strategi digital marketing sederhana. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa peserta telah memahami konsep-konsep dasar kewirausahaan digital dan mampu menerapkan strategi digital marketing secara efektif. Tingkat keberhasilan pengabdian ini diukur melalui diskusi dan sesi tanya jawab dengan peserta, yang menunjukkan pemahaman yang baik. Untuk meningkatkan efektivitas kegiatan di masa mendatang, disarankan agar tersedia fasilitas komputer dengan akses internet guna memungkinkan praktik langsung terkait aktivitas digital marketing. Selain itu, praktik khusus dalam teknik copywriting juga diperlukan untuk memaksimalkan kegiatan digital marketing. Hal ini akan membantu peserta dalam memahami dan menerapkan desain, layout konten, dan teknik copywriting secara lebih efektif.

**Kata Kunci :** kewirausahaan digital, strategi digital marketing, teknik copywriting

## 1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan pada ekonomi nasional, mempengaruhi berbagai sektor termasuk dunia bisnis. Tidak sedikit usaha atau bisnis yang harus gulung tikar karena peraturan pemerintah yang membatasi aktivitas dan mengubah pola hidup masyarakat. Salah satu langkah yang diambil oleh pemerintah untuk mengurangi penyebaran Covid-19 adalah penerapan



physical distancing. Physical distancing, atau menjaga jarak aman, diterapkan dengan disiplin untuk mengurangi potensi penularan virus. Berbagai pola hidup baru pun diterapkan sebagai upaya memutus rantai penyebaran Covid-19. Pembatasan dan aturan tersebut membuat masyarakat menjadi lebih dekat dengan teknologi. Teknologi memainkan peran penting dalam menghubungkan orang-orang secara virtual melalui internet, meskipun mereka tidak dapat bertemu secara langsung. Hal ini memungkinkan komunikasi dan silaturahmi dengan keluarga, sahabat, dan rekan kerja tetap terjaga selama pandemi. Teknologi telah menjadi elemen penting dalam pola komunikasi selama pandemi Covid-19.

Tidak hanya mempengaruhi komunikasi, perkembangan teknologi juga mengubah gaya hidup masyarakat secara keseluruhan. Pandemi Covid-19 mengubah cara masyarakat berbelanja. Jika sebelumnya orang terbiasa pergi ke toko atau pusat perbelanjaan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, kini mereka lebih memilih untuk berbelanja melalui situs dan aplikasi belanja online atau marketplace. Perubahan kebiasaan ini juga mempengaruhi cara pemasaran para pelaku usaha. Pemasaran konvensional menjadi kurang efektif karena perubahan perilaku konsumen. Sebaliknya, e-commerce mengalami perkembangan yang pesat. E-commerce adalah bagian dari E-business yang mencakup penyebaran, penjualan, pembelian, dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Pemanfaatan media online membawa dampak besar dalam proses komunikasi dan perilaku konsumen. Konsumen kini lebih sering mencari dan membeli produk secara online, mengandalkan platform digital untuk memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus mengadaptasi strategi pemasaran mereka untuk memaksimalkan eksposur di dunia digital.

Pemasaran konvensional kini harus disertai dengan pemasaran digital untuk mencapai hasil yang maksimal. Pemasaran digital memerlukan strategi khusus yang berbeda dari strategi pemasaran konvensional. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan eksposur dan efektivitas dalam aktivitas marketing mix. Media sosial, sebagai salah satu platform digital, memiliki potensi besar bagi berbagai pihak untuk memasarkan produk mereka. Oleh karena itu, penting untuk memahami kewirausahaan digital melalui berbagai program sosialisasi dan workshop. Kegiatan ini bertujuan memberikan informasi mengenai peluang dan pentingnya kewirausahaan digital di era saat ini. Salah satu program yang diselenggarakan untuk mendukung pemahaman dan aplikasi pemasaran digital adalah Sosialisasi dan Workshop Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing. Program ini menyasar guru dan siswa-siswi dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Daarul Abroor. Dengan mengadakan sosialisasi dan workshop ini, diharapkan peserta dapat memahami dan mengaplikasikan pemasaran digital dalam mengembangkan usaha berbentuk produk maupun jasa.

Kegiatan sosialisasi dan workshop ini diadakan dengan pertimbangan agar SMK memiliki pemahaman yang mendalam tentang pentingnya digital marketing dalam dunia bisnis saat ini. Melalui pelatihan ini, siswa-siswi SMK Daarul Abroor diharapkan mampu mengaplikasikan strategi pemasaran digital yang efektif, memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan produk dan jasa mereka. Dalam workshop tersebut, peserta diberikan materi tentang dasar-dasar pemasaran digital, cara membuat konten yang menarik, strategi penggunaan media sosial, dan teknik SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan visibilitas online. Selain itu, peserta juga diajarkan bagaimana memanfaatkan data dan analitik untuk memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka.

Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan para peserta dapat mengembangkan kemampuan dan pengetahuan mereka dalam bidang pemasaran digital, sehingga mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi akibat pandemi Covid-19. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk mendorong semangat kewirausahaan di kalangan siswa SMK, sehingga mereka dapat menciptakan peluang bisnis baru yang berbasis digital dan memanfaatkan teknologi untuk mencapai kesuksesan dalam dunia usaha. Melalui pemahaman dan aplikasi yang tepat tentang pemasaran digital, para pelaku usaha dan calon wirausaha muda diharapkan dapat bertahan dan berkembang di tengah tantangan pandemi serta perubahan zaman.

## 2. METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode Service Learning (SL) untuk memecahkan permasalahan dan menganalisis tingkat efektivitas program pengabdian yang dilakukan. Metode Service Learning (SL) adalah



pendekatan ilmiah yang memadukan kegiatan pengabdian masyarakat dengan proses pembelajaran. Metode ini memungkinkan peserta untuk menerapkan teori dan konsep yang dipelajari di dalam kelas dalam konteks nyata di masyarakat.

Berikut adalah alur dari metode pengabdian yang dilakukan:

1. Identifikasi Masalah: Langkah pertama adalah mengidentifikasi masalah yang ada di masyarakat, khususnya terkait dengan pemahaman dan penerapan pemasaran digital di SMK Daarul Abroor.
2. Perencanaan Program: Berdasarkan masalah yang teridentifikasi, program pengabdian direncanakan dengan menetapkan tujuan yang jelas, materi yang relevan, dan strategi pelaksanaan seperti sosialisasi dan workshop tentang kewirausahaan berbasis digital marketing.
3. Pelaksanaan Program: Program sosialisasi dan workshop dilaksanakan dengan melibatkan guru dan siswa-siswi SMK Daarul Abroor. Materi yang disampaikan meliputi dasar-dasar pemasaran digital, penggunaan media sosial, pembuatan konten, dan teknik SEO.
4. Evaluasi: Setelah pelaksanaan program, dilakukan evaluasi untuk mengukur efektivitasnya. Evaluasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui kuesioner, wawancara, dan observasi untuk mengevaluasi sejauh mana pemahaman dan keterampilan peserta telah meningkat.
5. Refleksi dan Tindak Lanjut: Hasil evaluasi dianalisis untuk menentukan keberhasilan program dan mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki. Tindak lanjut dilakukan untuk memastikan penerapan ilmu yang telah diberikan dan membantu peserta mengatasi kendala yang mungkin muncul selama proses belajar.

Dengan menggunakan metode Service Learning (SL), penulis tidak hanya membantu masyarakat tetapi juga mengembangkan keterampilan peserta dalam situasi nyata, menjadikan pembelajaran lebih bermakna dan aplikatif. Melalui proses ini, diharapkan peserta dapat mengintegrasikan teori yang dipelajari dengan pengalaman praktis yang berdampak langsung pada kemajuan mereka dalam bidang pemasaran digital dan kewirausahaan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelumnya telah dijelaskan secara rinci tentang proses pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan workshop kewirausahaan digital di SMK Daarul Al Abroor, yang dimulai dengan tahap survei lokasi dan diskusi dengan Kepala Sekolah untuk merancang program pendukung Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan (SMKMPK). Kegiatan ini memperoleh izin dari Kepala Sekolah dan mendapat dukungan atas permintaan sosialisasi kewirausahaan digital, yang penting bagi siswa dan guru dalam memahami konsep dan praktik kewirausahaan digital di era digital marketing saat ini. SMK Daarul Al Abroor secara khusus mempersiapkan lulusannya untuk siap terjun ke dunia kerja dengan menyediakan pembelajaran tidak hanya berbasis teori, tetapi juga berbasis praktik dalam program keahlian seperti Desain Komunikasi Visual atau multimedia. Keahlian ini sangat relevan dengan kebutuhan industri digital yang membutuhkan konten-konten kreatif dan inovatif. Hal ini memberikan peluang bagi siswa



untuk tidak hanya bekerja di industri yang ada, tetapi juga untuk mengembangkan kewirausahaan digital mereka sendiri sesuai dengan minat dan keahlian masing-masing.

Kegiatan sosialisasi dan workshop kewirausahaan digital diawali dengan pemaparan mengenai definisi dan konsep dasar kewirausahaan, yang diikuti dengan pembahasan tentang pemanfaatan internet dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis digital. Internet memainkan peran penting dalam memfasilitasi transaksi bisnis tanpa batasan geografis, yang merupakan keuntungan besar dalam era digital ini. Sesi selanjutnya melibatkan pembahasan strategi dalam menjalankan kewirausahaan digital, termasuk penerapan strategi yang efektif dalam berbagai platform digital. Diskusi interaktif dan studi kasus relevan dilakukan untuk membantu peserta memahami aplikasi praktis dari konsep-konsep yang dipelajari. Menurut Kraus, kewirausahaan berbasis digital meliputi berbagai aspek seperti model bisnis digital, proses kewirausahaan digital, strategi platform, dan ekosistem digital, yang membutuhkan pemahaman mendalam untuk menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi tantangan pasar digital yang dinamis.

Partisipan workshop diajak untuk memahami elemen-elemen pendukung dalam pemasaran digital, khususnya peran penting konten dalam content marketing. Content marketing telah terbukti efektif dalam menarik dan mempertahankan perhatian konsumen dengan menyediakan konten yang relevan, berguna, dan menarik. Hal ini sesuai dengan pandangan Kotler bahwa konten saat ini memiliki pengaruh yang signifikan dalam strategi pemasaran digital. Generasi muda, terutama Generasi Z, memiliki hubungan yang erat dengan teknologi dan informasi. Hal ini memungkinkan mereka untuk memanfaatkan peluang wirausaha melalui platform digital dengan lebih efektif. Workshop ini tidak hanya menyediakan pemahaman tentang konsep-konsep digital marketing, tetapi juga memotivasi peserta untuk mengembangkan minat dan keahlian mereka dalam memanfaatkan platform digital untuk kegiatan pemasaran.

Dalam praktik kewirausahaan berbasis digital marketing, terdapat tujuh tahapan kunci yang perlu dipahami dan diterapkan dengan baik oleh peserta. Tahapan-tahapan ini mencakup pengenalan produk atau jasa, pemahaman pangsa pasar, analisis strategi kompetitor, pembuatan konten yang sesuai dengan pasar target, pemahaman karakteristik platform digital, distribusi konten melalui media sosial, dan penggunaan iklan digital untuk meningkatkan visibilitas dan hasil pemasaran secara keseluruhan. Penutup dari kegiatan sosialisasi dan workshop ini mencakup materi tentang mindset copywriting, yang merupakan teknik menulis persuasif untuk mempengaruhi pembaca agar melakukan tindakan tertentu. Copywriting yang efektif tidak hanya menawarkan informasi yang jelas dan relevan, tetapi juga menarik dan memberikan nilai tambah bagi pembacanya.

Kegiatan ini memberikan pemahaman yang komprehensif kepada peserta tentang konsep dan strategi kewirausahaan digital serta pemasaran digital. Diskusi dan sesi tanya jawab dilakukan untuk memastikan bahwa peserta memahami dengan baik materi yang telah disampaikan dan siap untuk mengimplementasikannya dalam konteks nyata. Dalam mengevaluasi keberhasilan kegiatan ini, indikator keberhasilan digunakan untuk mengukur dampak positif yang diberikan kepada peserta dalam mempersiapkan mereka menghadapi tantangan dan peluang di era digital saat ini. Hal ini sejalan dengan visi SMK Daarul Al Abroor untuk mempersiapkan siswa menjadi lulusan yang siap bersaing di dunia kerja modern yang terus berubah dan berkembang.

Dengan demikian, sosialisasi dan workshop kewirausahaan digital di SMK Daarul Al Abroor tidak hanya mengedukasi peserta tentang konsep-konsep kewirausahaan digital, tetapi juga memotivasi mereka untuk mengambil langkah konkret dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan dalam pemasaran digital, sesuai dengan perkembangan teknologi dan tren pasar saat ini.





Sebelumnya telah dijelaskan secara rinci tentang proses pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan workshop kewirausahaan digital di SMK Daarul Al Abroor, yang dimulai dengan tahap survei lokasi dan diskusi dengan Kepala Sekolah untuk merancang program pendukung Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan (SMKMPK). Kegiatan ini memperoleh izin dari Kepala Sekolah dan mendapat dukungan atas permintaan sosialisasi kewirausahaan digital, yang penting bagi siswa dan guru dalam memahami konsep dan praktik kewirausahaan digital di era digital marketing saat ini.

SMK Daarul Al Abroor secara khusus mempersiapkan lulusannya untuk siap terjun ke dunia kerja dengan menyediakan pembelajaran tidak hanya berbasis teori, tetapi juga berbasis praktik dalam program keahlian seperti Desain Komunikasi Visual atau multimedia. Keahlian ini sangat relevan dengan kebutuhan industri digital yang membutuhkan konten-konten kreatif dan inovatif. Hal ini memberikan peluang bagi siswa untuk tidak hanya bekerja di industri yang ada, tetapi juga untuk mengembangkan kewirausahaan digital mereka sendiri sesuai dengan minat dan keahlian masing-masing. Kegiatan sosialisasi dan workshop kewirausahaan digital diawali dengan pemaparan mengenai definisi dan konsep dasar kewirausahaan, yang diikuti dengan pembahasan tentang pemanfaatan internet dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis digital. Internet memainkan peran penting dalam memfasilitasi transaksi bisnis tanpa batasan geografis, yang merupakan keuntungan besar dalam era digital ini.

Sesi selanjutnya melibatkan pembahasan strategi dalam menjalankan kewirausahaan digital, termasuk penerapan strategi yang efektif dalam berbagai platform digital. Diskusi interaktif dan studi kasus relevan dilakukan untuk membantu peserta memahami aplikasi praktis dari konsep-konsep yang dipelajari. Menurut Kraus, kewirausahaan berbasis digital meliputi berbagai aspek seperti model bisnis digital, proses kewirausahaan digital, strategi platform, dan ekosistem digital, yang membutuhkan pemahaman mendalam untuk menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi tantangan pasar digital yang dinamis. Partisipan workshop diajak untuk memahami elemen-elemen pendukung dalam pemasaran digital, khususnya peran penting konten dalam content marketing. Content marketing telah terbukti efektif dalam menarik dan mempertahankan perhatian konsumen dengan menyediakan konten yang relevan, berguna, dan menarik. Hal ini sesuai dengan pandangan Kotler bahwa konten saat ini memiliki pengaruh yang signifikan dalam strategi pemasaran digital.

Generasi muda, terutama Generasi Z, memiliki hubungan yang erat dengan teknologi dan informasi. Hal ini memungkinkan mereka untuk memanfaatkan peluang wirausaha melalui platform digital dengan lebih efektif. Workshop ini tidak hanya menyediakan pemahaman tentang konsep-konsep digital marketing, tetapi juga memotivasi peserta untuk mengembangkan minat dan keahlian mereka dalam memanfaatkan platform digital untuk kegiatan pemasaran. Dalam praktik kewirausahaan berbasis

digital marketing, terdapat tujuh tahapan kunci yang perlu dipahami dan diterapkan dengan baik oleh peserta. Tahapan-tahapan ini mencakup pengenalan produk atau jasa, pemahaman pangsa pasar, analisis strategi kompetitor, pembuatan konten yang sesuai dengan pasar target, pemahaman karakteristik platform digital, distribusi konten melalui media sosial, dan penggunaan iklan digital untuk meningkatkan visibilitas dan hasil pemasaran secara keseluruhan.

Penutup dari kegiatan sosialisasi dan workshop ini mencakup materi tentang mindset copywriting, yang merupakan teknik menulis persuasif untuk mempengaruhi pembaca agar melakukan tindakan tertentu. Copywriting yang efektif tidak hanya menawarkan informasi yang jelas dan relevan, tetapi juga menarik dan memberikan nilai tambah bagi pembacanya. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah memberikan pemahaman yang komprehensif kepada peserta tentang konsep dan strategi kewirausahaan digital serta pemasaran digital. Diskusi dan sesi tanya jawab dilakukan untuk memastikan bahwa peserta memahami dengan baik materi yang telah disampaikan dan siap untuk mengimplementasikannya dalam konteks nyata.

Dalam mengevaluasi keberhasilan kegiatan ini, indikator keberhasilan digunakan untuk mengukur dampak positif yang diberikan kepada peserta dalam mempersiapkan mereka menghadapi tantangan dan peluang di era digital saat ini. Hal ini sejalan dengan visi SMK Daarul Al Abroor untuk mempersiapkan siswa menjadi lulusan yang siap bersaing di dunia kerja modern yang terus berubah dan berkembang. Dengan demikian, sosialisasi dan workshop kewirausahaan digital di SMK Daarul Al Abroor tidak hanya mengedukasi peserta tentang konsep-konsep kewirausahaan digital, tetapi juga memotivasi mereka untuk mengambil langkah konkret dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan dalam pemasaran digital, sesuai dengan perkembangan teknologi dan tren pasar saat ini.

Kegiatan	Materi	Indikator	Ketercapaian
Sosialisasi dan Workshop Kewirausahaan Digital	Sosialisasi kewirausahaan berbasis digital	Menilai pemahaman peserta tentang kewirausahaan digital melalui kegiatan diskusi dan tanya jawab	Peserta memahami materi sosialisasi kewirausahaan digital dengan baik
	Strategi dalam menjalankan kewirausahaan berbasis <i>digital marketing</i>	Menilai pemahaman peserta tentang strategi sederhana seputar <i>digital marketing</i> melalui proses tanya jawab	Peserta mengerti, memahami dan mampu memberi contoh berkaitan dengan strategi sederhana dalam <i>digital marketing</i>

Tabel 1. Indikator Ketercapaian Kegiatan Sosialisasi dan Workshop

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian di SMK Daarul Al Abroor, dapat disimpulkan bahwa peserta telah berhasil menunjukkan pemahaman yang baik mengenai konsep kewirausahaan digital serta penerapan strategi sederhana dalam digital marketing. Tingkat keberhasilan ini terlihat dari indikator pemahaman yang diukur melalui proses diskusi dan sesi tanya jawab yang berlangsung selama sosialisasi dan workshop. Peserta mampu menginternalisasi konsep-konsep dasar kewirausahaan digital, seperti penggunaan internet dalam membangun bisnis online, strategi digital marketing, dan pentingnya konten yang relevan dan menarik untuk menarik pelanggan. Dengan demikian, mereka tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengaitkan konsep-konsep ini dengan praktik nyata dalam konteks digital marketing.

Salah satu saran yang dapat disampaikan untuk meningkatkan efektivitas kegiatan sosialisasi dan workshop di masa depan adalah menyediakan komputer yang dilengkapi dengan akses internet. Hal ini



penting untuk memungkinkan peserta melakukan praktik langsung terkait dengan aktivitas dalam digital marketing, seperti membuat konten, mengelola platform media sosial, dan memahami alat-alat analitik yang digunakan dalam memonitor dan mengevaluasi kinerja kampanye digital. Selain itu, perlu diperhatikan juga pentingnya pelatihan dan praktik khusus terkait teknik copywriting. Copywriting memiliki peran penting dalam mengoptimalkan hasil dari kegiatan digital marketing. Peserta perlu dilatih untuk dapat membuat teks-teks yang persuasif dan mengundang minat bagi audiens target, sehingga mampu meningkatkan konversi dan efektivitas kampanye pemasaran digital secara keseluruhan.

Dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai, serta penekanan pada pelatihan keterampilan praktis seperti copywriting, diharapkan kegiatan sosialisasi dan workshop kewirausahaan berbasis digital marketing di SMK Daarul Al Abroor dapat semakin berhasil dan bermanfaat bagi para peserta. Hal ini akan mendukung pengembangan keterampilan yang relevan dengan tuntutan industri digital saat ini, serta mempersiapkan siswa untuk terjun langsung ke dunia kerja dengan kompetensi yang solid di bidang digital marketing.





## 5. DAFTAR PUSTAKA

Basuki R. Generasi "Milenial" Dan Generasi "Kolonial" [Internet]. 2021. Available from: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html#:~:text=Adapun Gen 2%2C merupakan generasi, berusia 24-39 tahun>





- Dani Anggoro, Humisar Hasugian, Nofiyani. implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Di Masa Pandemi Covid 19. JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat). 2020;1(3):384-91. Fadeli M. Digital Marketing: Solusi Omah Japo Untuk Bertahan Di Tengah Pandemi Covid-19. 2022;8(April):101-10.
- Kumawula J Pengabdian Kepada Masyarakat. 2021;4(1):8. Santoso TNB. Pengenalan Kewirausahaan Digital Dimasa Pandemi Melalui Kegiatan Fotografi. J Kewirausahaan dan Bisnis. 2021;26(2):147. 5.
- Nugrahaningsih P, Hanggana S, Mumi S, Hananto ST, Asrihapsari A, Syafiqurrahman M, et al. PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA BUMDes BLULUKAN GEMILANG.
- Prapanca D, Sriyono S, Biduri S. Kinerja Umkm Melalui Penguatan Kelembagaan Dan Digital Marketing Saat Pandemi Covid-19. Stud Kasus Inov Ekon. 2022;6(02):9-18.
- Stillman J. Generasi 2 Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja. Jakarta; 2019.
- Yunita D, Widada A, Diah YM, Farla W. Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. Sricommerce J Sriwij Community Serv. 2021;2(2):89-96.