

## Penyuluhan Pemasaran Digital untuk Desa Gedong, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang

Uly Erianti Situmorang\*  
Dian Fanesha Simanungkalit  
Irene Gea Noviana  
Yuliyana Angganita Margaretha  
Gusti Made Cahyani Petrisia  
Alvin Triantoro  
Petrus Wijayanto

*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana*

### ARTICLE INFO

**Article history:**  
*Received 18-01-2023*  
*Revised 24-02-2023*  
*Accepted 8-03-2023*

**Key words:**  
*Gedong village, digital marketing,  
increased understanding.*

### ABSTRACT

*The purpose of this digital marketing counseling activity is to add insight to the younger generation in Gedong Village about the marketing strategy of a business using digital media or the internet. The method used in carrying out this activity is the first preparation of extension activities, the second is the implementation of activities, and the third is evaluation after extension activities. Participants in this counseling activity were Karang Taruna and business actors in Gedong Village. As many as 18 citizens participated in digital marketing counseling which was held on December 4, 2022 at the Gedong Village Hall Office. This counseling activity went well as expected and there was an additional 61% insight into understanding digital marketing, especially the younger generation in Gedong Village. Karang Taruna who participated in counseling were also observed to be active in participating in activities, such as being active in asking questions to resource persons.*

### ABSTRAK

*Tujuan kegiatan penyuluhan pemasaran digital ini adalah untuk menambah wawasan generasi muda yang ada di Desa Gedong tentang strategi pemasaran suatu usaha dengan menggunakan media digital atau internet. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pertama persiapan kegiatan penyuluhan, kedua pelaksanaan kegiatan, dan yang ketiga evaluasi setelah kegiatan penyuluhan. Peserta kegiatan penyuluhan ini adalah Karang Taruna dan pelaku usaha di Desa Gedong. Sebanyak 18 warga menjadi peserta penyuluhan pemasaran digital yang dilakukan pada tanggal 4 Desember 2022 di Kantor Balai Desa Gedong. Kegiatan penyuluhan ini berjalan dengan baik sesuai yang diharapkan dan terjadinya penambahan wawasan sebanyak 61% tentang pemahaman pemasaran digital, khususnya generasi muda*

\* Corresponding author: [ulieriantisitumorang@gmail.com](mailto:ulieriantisitumorang@gmail.com)

*yang ada di Desa Gedong. Karang Taruna yang mengikuti penyuluhan juga terpantau aktif dalam mengikuti kegiatan, seperti aktif dalam mengajukan pertanyaan kepada narasumber.*

---

## **PENDAHULUAN**

Dalam kehidupan sehari-hari perkembangan teknologi memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat sedangkan bagi pelaku usaha perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran. Internet merupakan media komunikasi yang dapat memberikan informasi dan digunakan secara langsung untuk berinteraksi dengan konsumen. Bagi para pelaku usaha internet digunakan untuk mempromosikan produk atau jasanya agar dapat memperluas jaringan konsumen. Media sosial seperti Facebook, TikTok, Instagram, WhatsApp, dan sebagainya merupakan platform yang sering digunakan untuk kegiatan pemasaran digital (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Pemasaran digital merupakan upaya untuk memasarkan produk atau jasa menggunakan teknologi digital yang lebih efisien, murah, jangkauan yang luas dan lebih tepat sasaran (Wijaya, 2022). Dalam menjalankan suatu usaha pemasaran merupakan bagian penting yang perlu diperhatikan, berkembangnya suatu usaha diperlukan pengelolaan yang baik agar dapat bersaing dengan para pesaing. Tantangan terbesar bagi pelaku usaha yaitu masalah strategi pemasaran hasil untuk meningkatkan daya saing. Maka strategi pemasaran sangat diperlukan agar dapat menentukan segmen pasar dengan tepat, dalam pemasaran salah satu elemen yang penting adalah strategi pemasaran dan bauran pemasaran (*marketing mix*) (Setiawati & Safitri, 2021).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru serta mendukung ekonomi rumah tangga bagi masyarakat setempat, tetapi minimnya pengetahuan pelaku UMKM tentang pemasaran digital menjadi kendala yang perlu diperhatikan. Pelaku usaha harus memiliki kemampuan dan keterampilan dalam melakukan pemasaran digital serta menciptakan ide-ide baru yang akan digunakan untuk mempromosikan produk atau jasanya (Harahap et al., 2021). Para pelaku usaha dapat mengembangkan kreativitas untuk menarik konsumen dengan memberikan ciri khusus pada produk atau jasanya sehingga akan memudahkan konsumen untuk membedakan dengan produk atau jasa dari pelaku usaha lain. Pelaku usaha juga perlu mengetahui aplikasi yang dapat digunakan untuk membantu proses pemasaran digital, seperti penggunaan aplikasi Canva yang dapat membantu pelaku usaha membuat desain produk (Suryadithia et al., 2021). Pelatihan dan pendampingan oleh pihak yang berkompeten juga perlu diberikan agar pelaku usaha dapat melakukan inovasi baru pada produk dan jasanya.

Pelatihan dapat dilakukan dengan memberikan ceramah atau sosialisasi kepada pelaku usaha tentang pemahaman pemasaran digital, pentingnya pemasaran digital bagi suatu usaha serta penggunaan platform media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan produk atau jasa. Pendampingan dilakukan secara langsung kepada para

pelaku usaha antara lain dengan membuat akun media sosial bagi pelaku usaha yang belum memiliki akun, serta mempraktikkan cara menggunakan penggunaan fitur-fitur pada platform media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk proses pemasaran. Para pelaku usaha juga akan dibimbing dan diberikan tips dan trik untuk menarik konsumen dalam memasarkan produk dan jasa secara online (Purnomo, 2021).

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Desa Gedong, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang, yang merupakan salah satu dari sepuluh desa dengan luas wilayah 375 Ha. Desa Gedong memiliki delapan dusun yaitu, Dusun Gedong, Dusun Kayuwangi, Dusun Babadan, Dusun Legundi, Dusun Karang Padang, Dusun Ngaglik, Dusun Kali Pacet, dan Dusun Banyudono. Desa Gedong ditetapkan menjadi Desa Wisata Rintisan karena memiliki potensi budaya dan kesenian asli daerah, makanan dan minuman tradisional, kerajinan dari limbah yang diproduksi oleh masyarakat setempat serta kekayaan dan keindahan alam. Potensi yang dimiliki oleh Desa Gedong dikelola oleh pelaku usaha, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan kelompok Karang Taruna.

Permasalahan yang terjadi adalah produk dan jasa dari Desa Gedong belum bisa berkembang serta ikon sebagai Desa Wisata belum memasuki pasar, yang dapat terlihat dari sedikitnya pengunjung (wisatawan) yang datang ke Desa Gedong. Hal ini mengindikasikan diperlukan pengelolaan desa wisata yang kreatif serta inovatif dalam pengembangan Desa Wisata. Saat ini pemasaran produk UMKM dan Desa Wisata yang dilakukan oleh masyarakat Desa Gedong masih dalam lingkup kecil serta keterampilan yang perlu ditingkatkan dari pelaku usaha khususnya BUMDES dan kelompok Karang Taruna dalam menggunakan aplikasi pendukung pemasaran digital. Seperti pada umumnya, para pelaku usaha telah memiliki akun media sosial namun dalam menjalankan media sosial yang dimiliki masih belum terstruktur dan kontinu (Radede et al., 2022).

Pemasaran yang dilakukan di media sosial perlu untuk dipantau secara berkala serta harus selalu diperbaharui agar orang-orang yang mengikuti/mengunjungi akun media sosial Desa Wisata Gedong tertarik untuk berkunjung langsung ke Desa Gedong. Minimnya pengetahuan tentang pemasaran digital yang dimiliki oleh pelaku usaha khususnya BUMDes dan kelompok Karang Taruna Desa Gedong menjadi kendala bagi pengembangan Desa Wisata Gedong. Hal ini antara lain menyebabkan kurangnya semangat dari para pemuda desa untuk berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata, selain karena kesibukan pekerjaan. Masalah ini menjadi perhatian penting bagi Desa Gedong dan perlu penyelesaian yang tepat dan cepat agar ikon sebagai desa wisata tetap terjaga.

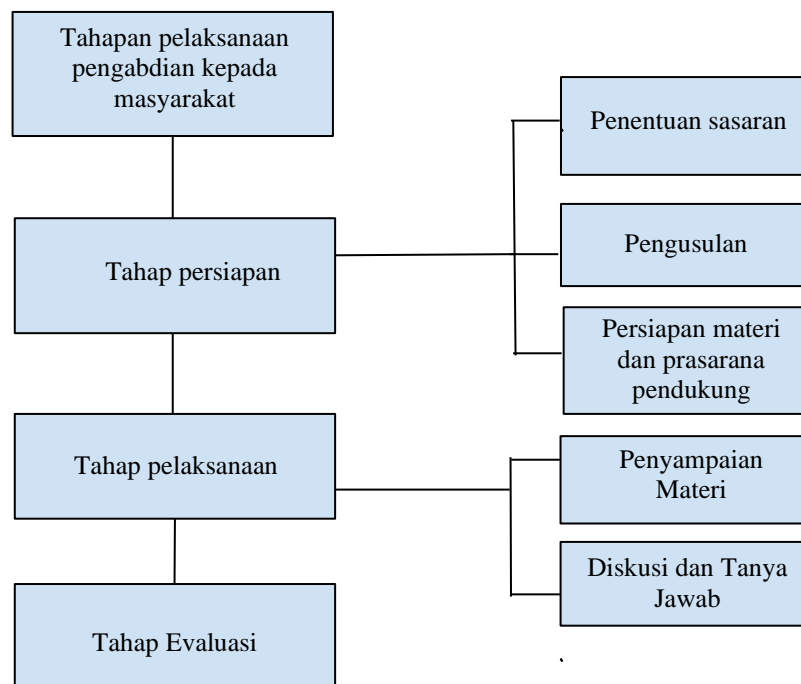
Setelah mengidentifikasi masalah di atas, maka tim KKL Desa Tematik mengadakan pengabdian kepada masyarakat dengan antara lain mengadakan penyuluhan pemasaran digital. Tujuan dari kegiatan ini adalah menambahkan pengetahuan tentang pemanfaatan pemasaran digital bagi pelaku usaha, khususnya BUMDes dan kelompok Karang Taruna Desa Gedong. Penyuluhan diberikan dengan

harapan masyarakat dapat mengelola usaha dan mengembangkan Desa Wisata Gedong secara efektif, agar selanjutnya pelaku usaha mendapat keuntungan finansial yang dapat menambah pendapatan rumah tangga sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Gedong.

## METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat yaitu melalui penyuluhan. Pertama-tama tim melakukan pendekatan kepada mitra atau perangkat Desa Gedong dan berkoordinasi secara berkala untuk melakukan pemetaan masalah dan analisis situasi serta pembentukan konsep penyuluhan yang menjadi kebutuhan masyarakat Desa.

Tim KKL Desa Tematik menyiapkan narasumber yang akan membagikan pengetahuan atau materi kepada warga sasaran penyuluhan. Tempat dan alat-alat perlengkapan untuk kebutuhan dalam penyampaian materi juga disiapkan, serta tim membuat undangan kepada warga sasaran yaitu para anak muda agar dapat menghadiri penyuluhan sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan. Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui tiga tahapan meliputi : 1. Tahap persiapan, 2. Tahap pelaksanaan, 3. Tahap evaluasi, berikut penjelasannya.



**Gambar 1. Tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat**

1. Tahap Persiapan, pada tahap awal atau tahap persiapan, tim melakukan penentuan sasaran pengabdian kepada masyarakat dengan beberapa pertimbangan, dan ditemukan kebutuhan masyarakat yaitu pada para pelaku

usaha generasi muda. Selanjutnya diusulkan kepada perangkat desa, dan disepakati tema atau judul penyuluhan. Langkah berikutnya adalah menghubungi narasumber dan mempersiapkan sarana dan prasarana pendukung sesuai dengan tema atau judul penyuluhan.

2. Tahap Pelaksanaan, tahap kedua ini dilakukan pada tanggal 4 Desember 2022 yang diselenggarakan di Balai Desa Gedong. Pada tahap pelaksanaan, narasumber menyampaikan materi mengenai pemasaran digital, dilakukan pemaparan materi dengan menggunakan media Power Point, serta diadakan diskusi dan tanya jawab antara narasumber dengan peserta.
3. Tahap Evaluasi, tahap terakhir adalah proses umpan balik/*feedback* dari peserta terkait materi yang disampaikan mengenai pemasaran digital dengan memberikan angket yang diisi peserta tersebut.

Kegiatan penyuluhan ini dilaksanakan selama rentang waktu empat bulan (rentang waktu yang relatif panjang ini karena juga bersamaan dengan kegiatan lain dari tim di Desa Gedong), dengan jadwal sebagai berikut :

**Tabel 1. Waktu dan Rencana Jadwal Kegiatan Penyuluhan**

No.	Kegiatan	Bulan			
		Sept	Okt	Nov	Des
1.	Penyusunan Proposal	xx			
2.	Persiapan Materi Penyuluhan		xx		
3.	Persiapan Pelaksanaan Kegiatan		xx	xx	xx
4.	Pelaksanaan Kegiatan				xx
5.	Pembuatan Laporan Kegiatan				xx
6.	Pelaporan Hasil Kegiatan				xx

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat dengan tema pemasaran digital telah diselenggarakan pada 4 Desember 2022 merupakan suatu upaya untuk menyampaikan pengetahuan langsung kepada masyarakat, dengan tujuan dapat membantu masyarakat serta memberikan suatu nilai tambah yang baik bagi masyarakat. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Gedong, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang yang dilaksanakan oleh tim KKL Desa Tematik ini berjalan dengan baik. Kegiatan penyuluhan dihadiri oleh 18 peserta dari pengurus BUMDES dan pemuda-pemudi Karang Taruna Desa Gedong. Kegiatan penyuluhan pemasaran digital dilakukan dalam tiga tahap. Adapun hasil yang didapatkan dari kegiatan penyuluhan pemasaran digital antara lain:

## A. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan tim KKL Desa Tematik meminta izin dan mendatangi Perangkat Desa untuk melakukan konsultasi dan observasi untuk menentukan kebutuhan/identifikasi masalah Desa Gedong, Kecamatan Banyubiru yang dapat dibantu penyelesaiannya oleh tim.



**Gambar 2. Diskusi dengan Perangkat Desa**

Hasil identifikasi masalah antara lain yaitu bahwa pelaku usaha khususnya pengurus BUMDes dan Karang Taruna yang menjadi warga sasaran penyuluhan memerlukan peningkatan pengetahuan dalam pemasaran digital, guna untuk mempertahankan serta mengembangkan usaha.

Selanjutnya, tim KKL Desa Tematik mempersiapkan narasumber yang relevan, yaitu yang memiliki kemampuan dan pengetahuan pada bidang pemasaran, hingga mempersiapkan materi, sarana dan prasarana penyuluhan pemasaran digital.

## B. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan penyuluhan pemasaran digital yaitu penyampaian materi, dilanjutkan diskusi dan tanya jawab antara peserta dan narasumber.



**Gambar 3. Penyampaian Materi**

Pada acara penyuluhan ini Bapak Arief Widodo, S.E., M.M. selaku dosen Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana menjadi narasumber. Narasumber menyampaikan materi mengenai pemasaran digital untuk UMKM, adapun materi yang disampaikan pada penyuluhan sebagai berikut :

1. Pengertian mengenai pemasaran
2. Penjelasan mengenai 4 elemen dalam *marketing mix*
3. Menciptakan strategi pemasaran terhadap perubahan
4. Pengertian pasar
5. Segmentasi pasar
6. Menciptakan strategi yang tepat untuk mencapai sasaran
7. Penjelasan mengenai posisi produk

Dalam penyuluhan pemaparan materi-materi di atas bertujuan agar peserta sebagai pelaku usaha atau yang akan menjadi pelaku usaha dapat memanfaatkan ilmu pemasaran yang efektif dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha di tengah situasi yang ada. Sehingga, Desa Gedong sebagai desa wisata memiliki pelaku UMKM yang berkontribusi mengembangkan potensi desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Setelah narasumber selesai dengan pemaparan materi, tim KKL Desa Tematik selaku panitia penyelenggara kegiatan penyuluhan memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya dan memberikan tanggapan seputar materi yang telah disampaikan. peserta bertanya antara lain mengenai bagaimana menciptakan pemasaran yang tepat agar dapat menarik minat konsumen atau target pasar. Serta, peserta selaku pengurus BUMDes berkonsultasi dengan narasumber terkait kesulitan pengurus

BUMDes dalam mengembangkan usaha yang telah dirancang oleh BUMDes, lalu narasumber memberikan saran solusi terkait penyelesaian masalah tersebut.



**Gambar 3. Diskusi dan tanya jawab**



**Gambar 4. Konsultasi Permasalahan BUMDes**

### **C. Tahap Evaluasi**

Di akhir penyuluhan peserta diminta untuk mengisi angket yang berisikan beberapa pertanyaan terkait kegiatan penyuluhan yang telah dilakukan. Berikut tabel hasil rekapitulasi evaluasi kegiatan penyuluhan dari hasil pengisian angket oleh 18 peserta:

**Tabel 2. Hasil *Feedback* atau Evaluasi Penyuluhan**

No	Pertanyaan Evaluasi Pembelajaran	Kurang Sekali 1	Kurang 2	Cukup 3	Baik 4	Baik Sekali 5
1.	Penyuluhan ini dapat menambah wawasan tentang materi yang disampaikan oleh narasumber?	0	0	6%	33%	61%
2.	Kualitas materi secara keseluruhan?	0	0	5%	39%	56%
3.	Narasumber menyampaikan materi dengan baik dan mudah dimengerti dan dapat diimplementasikan?	0	0	0	28%	72%
4.	Sesi tanya jawab berjalan efektif dan menjawab pertanyaan peserta dengan baik?	0	0	11%	39%	50%
5.	Efisiensi waktu penyelenggaraan penyuluhan ini sesuai dengan kebutuhan Anda?	0	22%	28%	11%	39%
6.	Saran: Pelatihan atau penyuluhan yang diperlukan di masa yang akan datang?	Pelatihan mengenai pemasaran produk yang inovatif kepada masyarakat				

Berdasarkan Tabel 1, diketahui seluruh peserta memberikan *feedback* yang baik terhadap kegiatan penyuluhan ini. Sebanyak 61% peserta menilai kegiatan penyuluhan ini dapat menambah peningkatan wawasan materi yang disampaikan oleh narasumber. Sebanyak 56% peserta menilai baik sekali atas kualitas materi secara keseluruhan. Sebanyak 13 peserta atau 71% menilai baik sekali terhadap narasumber dalam menyampaikan materi. Sebanyak 50% peserta menilai baik sekali akan sesi tanya jawab selama penyuluhan dan berjalan efektif serta narasumber menjawab pertanyaan peserta dengan baik. Sebanyak 39% peserta menilai baik sekali terhadap efisiensi waktu penyelenggaraan penyuluhan sesuai dengan kebutuhan peserta. Berdasarkan dari hasil evaluasi tersebut, peserta penyuluhan terlihat sangat antusias selama mengikuti kegiatan dan aktif dalam memberikan pertanyaan dan diskusi dalam memecahkan masalah yang dihadapi dalam memulai maupun menjalankan usaha.

Setelah diadakan program penyuluhan, diketahui bahwa kegiatan penyuluhan di Desa Gedong dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut

dibuktikan pada saat kegiatan pelaksanaan penyuluhan peserta terlihat antusias mengikuti kegiatan sampai selesainya kegiatan, serta setiap peserta aktif dalam mengajukan pertanyaan dan diskusi terkait penyelesaian permasalahan yang dialami saat memulai dan menjalani usaha.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Gedong, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang dalam penyuluhan pemasaran digital dapat berjalan dengan baik. Penyuluhan yang dilakukan kepada sebagian masyarakat diketahui mampu memberikan pengetahuan yang baik bagi peserta. Peserta terbukti antusias mengikuti kegiatan sampai selesai, serta setiap peserta aktif dalam mengajukan pertanyaan dan diskusi terkait penyelesaian permasalahan yang dialami saat memulai dan menjalani usaha.

Pemasaran produk dan jasa melalui pemasaran digital menjadi salah satu upaya untuk pengembangan program Desa Wisata, yang memberikan kemudahan dalam promosi, yang diharapkan membawa dampak positif bagi peningkatan kualitas pengelolaan usaha dalam rangka pengembangan Desa Wisata Gedong sehingga pelaku usaha mendapat keuntungan finansial yang dapat menambah pendapatan rumah tangga serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Gedong.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan kepada tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Tim/penulis juga menghaturkan terima kasih atas bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan sumbangsih baik dalam bentuk materi maupun pikiran, khususnya kepada Ibu Dr. Hani Sirine, S.E., M.M. sebagai Koordinator mata kuliah Desa Tematik FEB UKSW dan Bapak Arief Widodo, S.E., M.M. sebagai narasumber dalam kegiatan penyuluhan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Al Farisi, M. S., Ajriyansyah, A., Purwanto, A., & Triyana. (2021). Pelatihan Pemasaran Syariah Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Mekarsari Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.1>
- Ashlihah, A., & Ramadhani, M. S. D. (2021). Pelatihan E-commerce anak muda melekat digital marketing di Desa Tinggar, Kabupaten Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 39–43.

- [https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas\\_ekon/article/view/1141](https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_ekon/article/view/1141)
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>
- Hidayah, R., Suryandari, D., Suryarini, T., Tri Rohmah, F., Akuntansi, J., & Ekonomi, F. (2022). Social Entrepreneurship sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 2(5), 537–545. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.726>
- Maulana, Y. M., Informasi, S. S., & Dinamika, U. (2022). *Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Business Model Canvas untuk Siswa SMAN 4 Surabaya*. 2(5), 1–6.
- Purnomo, N. (2021). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 376–381. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i3.11307>
- Radede, A. I., Arifin, M., & Puspitojati, E. (2022). Strategi Pengembangan Pemasaran Online Produk Olahan Lidah Buaya Kelompok Tani Pelangi 43 melalui Whatsapp Business di Kelurahan Giwangan, Kemantren .... *Jurnal Pengabdian Masyarakat* ..., 2(5), 603–614. <http://jpmi.journals.id/index.php/jpmi/article/view/760%0Ahttps://jpmi.journals.id/index.php/jpmi/article/download/760/138>
- Sakti, I. M., Pratiwi, D. C., & Jati, S. C. (2022). Pelatihan Fotografi dan Editing untuk Meningkatkan Promosi Produk Kerajinan Rajut. *JMS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02(03), 451–464.
- Setiawati, A., & Safitri, A. R. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Era Pasar Digital Melalui Pelatihan Kewirausahaan di Kota Tangerang. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JIPkM)*, 1(2), 71–79.
- Suryadithia, R., Rachmi, H., & ... (2021). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Desa Kota Batu Bogor. *Jurnal Abdimas PHB* ..., 4(3), 333–338. <http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/abdimas/article/view/2475>
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13.
- Wijaya, A. L. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Remaja Karang Taruna Pemilik Online Shop di Desa Sambirejo Kec. Jiwan Kab. Madiun. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat* ..., 4(1), 16–27.

<https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/jpmm/article/view/1324>  
Wijoyo, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Faisal Akbar, M. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169–175.