

Remaja Melek Digital: Strategi Pemasaran Online yang Efektif dan Kreatif

Lilyani Asri Utami¹, Siti Ernawati², Eka Rini Yulia^{3*}

^{1,2,3}Universitas Nusa Mandiri, Indonesia

Jl. Jatiwaringin No. 2, Cipinang Melayu, Makasar, Jakarta Timur

e-mail: ¹lilyani.lau@nusamandiri.ac.id, ²siti.ste@nusamandiri.ac.id, ^{3*}eka.erl@nusamandiri.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
21-05-2026	31-07-2026	31-07-2026

Abstrak - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berjudul “Remaja Melek Digital: Strategi Pemasaran Online yang Efektif dan Kreatif” dilaksanakan oleh dosen Fakultas Teknologi Informasi Universitas Nusa Mandiri dengan mitra Badan Santunan Yatim di Depok. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh rendahnya pemanfaatan teknologi digital oleh remaja yang masih berfokus pada hiburan dan belum diarahkan pada aktivitas produktif berbasis ekonomi digital. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan literasi digital, keterampilan pemasaran online, serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan remaja melalui pelatihan penggunaan marketplace dan pembuatan konten promosi kreatif. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tiga tahap, yaitu persiapan (koordinasi dan sosialisasi), pelaksanaan (penyampaian materi dan praktik langsung), serta evaluasi melalui kuesioner. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami konsep digital marketing, membuat akun marketplace, serta menghasilkan konten promosi sederhana. Evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan peserta yang tinggi, dimana mayoritas responden menyatakan kegiatan sangat bermanfaat, menambah wawasan, dan meningkatkan keterampilan mereka. Luaran kegiatan berupa publikasi press release dan artikel jurnal nasional. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan kompetensi digital remaja dan mendorong pemanfaatan teknologi secara produktif dalam mendukung ekonomi kreatif di era digital.

Kata kunci: literasi digital; pemasaran online; marketplace; remaja; kewirausahaan digital

Abstract - The Community Service Program entitled “Digitally Literate Youth: Effective and Creative Online Marketing Strategies” was conducted by lecturers from the Faculty of Information Technology at Universitas Nusa Mandiri in collaboration with Badan Santunan Yatim Depok. This program was initiated due to the limited utilization of digital technology among adolescents, which has primarily been focused on entertainment rather than productive activities related to the digital economy. The purpose of this program was to improve digital literacy, enhance online marketing skills, and foster an entrepreneurial mindset among adolescents through training on marketplace utilization and creative promotional content development. The implementation method consisted of three stages: preparation (coordination and socialization), implementation (material presentation and hands-on practice), and evaluation through questionnaires. The results showed that participants were able to understand the basic concepts of digital marketing, create marketplace accounts, and produce simple promotional content. The evaluation results indicated a high level of participant satisfaction, with the majority of respondents stating that the program was highly beneficial, broadened their knowledge, and improved their skills. The outputs of this activity included a press release publication and a national journal article. Overall, the program successfully enhanced the digital competencies of adolescents and encouraged the productive use of technology to support the creative economy in the digital era.

Keywords: Digital literacy; online marketing; marketplace; adolescents; digital entrepreneurship.

Pendahuluan

Pendahuluan menjelaskan urgensi dan kebermanfaatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, latar belakang, serta tujuan yang ingin dicapai. Dapat dilengkapi dengan tinjauan pustaka yang relevan Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi sosial dan aktivitas ekonomi masyarakat secara signifikan (Nata & Delika, 2025). Transformasi digital membuka peluang besar bagi generasi muda untuk berpartisipasi dalam ekonomi kreatif melalui pemanfaatan media sosial dan platform pemasaran online (Fauzi & Zurohman, 2023b). Namun demikian, tidak semua remaja memiliki literasi digital yang memadai untuk memanfaatkan peluang tersebut secara produktif dan berkelanjutan (Igiriza et al., 2025).



Remaja yang tergabung dalam Badan Santunan Yatim merupakan kelompok yang memiliki potensi besar untuk berkembang (Sari et al., 2025), namun pada umumnya masih menghadapi keterbatasan akses terhadap pelatihan keterampilan digital yang aplikatif dan bernilai ekonomi, mereka belum mengerti bagaimana cara memanfaatkan marketplace untuk peluang bisnis (Septiani et al., 2022). Sebagian besar remaja telah familiar dengan penggunaan media sosial (Sihura, 2025) seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp, tetapi pemanfaatannya masih dominan untuk hiburan dan komunikasi, belum diarahkan secara strategis untuk kegiatan produktif seperti personal branding, pembuatan konten promosi, maupun pemasaran produk secara online (Ashlihah et al., 2021).

Digital marketing melalui media online tidak hanya membuka peluang pemasaran yang lebih luas, tetapi juga sangat memudahkan proses bagi pengusaha dan pelanggan (Fauzi & Zurohman, 2023a). Di sisi lain, era ekonomi digital menuntut kemampuan berpikir kreatif, komunikasi digital, pemahaman strategi pemasaran, serta kemampuan memanfaatkan tools sederhana seperti marketplace, media sosial bisnis, dan aplikasi desain konten (Purba et al., 2025). Tanpa pendampingan dan pelatihan yang terstruktur, remaja berisiko menjadi pengguna pasif teknologi, bukan sebagai kreator atau pelaku usaha digital (Mutmainah et al., 2022). Penggunaan marketplace merupakan salah satu bentuk penggunaan teknologi informasi pada era modern (Sholeh & Basuki, 2021).

Kegiatan pengabdian ini berfokus pada peningkatan literasi dan keterampilan pemasaran digital bagi remaja, khususnya dalam merancang strategi pemasaran online yang efektif dan kreatif. Program “Remaja Melek Digital: Strategi Pemasaran Online yang Efektif dan Kreatif” dirancang sebagai upaya pemberdayaan remaja Badan Santunan Yatim agar mampu memahami konsep dasar digital marketing, membuat konten promosi yang menarik, serta mempraktikkan strategi pemasaran sederhana (Mongan et al., 2022). Marketplace bertujuan untuk dapat meningkatkan penjualan usaha karena produk akan lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya transaksi (Faridah & Wulandari, 2020). Melalui media digital, kegiatan pemasaran produk menjadi lebih mudah, dan dapat menjangkau konsumen dalam cakupan yang lebih luas (Fahimah et al., 2023).

Melalui kegiatan ini, diharapkan para remaja tidak hanya meningkatkan kompetensinya digitalnya, tetapi juga memiliki kepercayaan diri, jiwa kewirausahaan, serta kesiapan untuk beradaptasi dalam ekosistem ekonomi digital. Program ini sekaligus menjadi kontribusi nyata perguruan tinggi dalam mendukung peningkatan kapasitas generasi muda yang inklusif dan berdaya saing di era transformasi digital (Miftah Fajrul Ilmi et al., 2023).

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka identifikasi permasalahan pada mitra dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Remaja telah menggunakan media sosial, namun belum mampu memanfaatkannya sebagai sarana pengembangan diri dan peluang ekonomi.
2. Meskipun sebagian remaja telah memiliki smartphone dan akses internet, penggunaannya belum dimaksimalkan sebagai sarana pengembangan keterampilan dan peluang ekonomi.
3. Remaja di lingkungan Badan Santunan Yatim belum memperoleh program pelatihan yang sistematis terkait kewirausahaan digital dan pemasaran online.

Pengabdian masyarakat yang dilakukan berupa pelatihan promosi produk melalui marketplace bagi para peserta di lingkungan Badan Santunan Yatim yang meliputi upload produk, foto produk dengan smartphone, penulisan deskripsi dan harga, serta pengaturan metode pemesanan.

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat disusun secara sistematis dalam tiga tahap utama yang membentuk siklus berkelanjutan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan koordinasi dan sosialisasi dengan pihak Badan Santunan Yatim untuk menyepakati teknis pelaksanaan kegiatan, jumlah peserta, serta kebutuhan pelatihan. Tahap ini bertujuan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan dapat dilaksanakan secara efektif dan sesuai dengan kondisi serta karakteristik peserta.

Tahap pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu penyampaian teori dan praktikum. Penyampaian teori menggunakan metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi interaktif untuk memberikan pemahaman mengenai literasi digital, konsep marketplace, strategi pemasaran digital, serta peluang kewirausahaan berbasis teknologi. Pendekatan ini bertujuan membangun pemahaman konseptual sekaligus mendorong partisipasi aktif peserta selama proses pembelajaran.

Selanjutnya, sesi praktikum dilaksanakan menggunakan metode simulasi, studi kasus, tanya jawab, serta latihan praktik secara langsung. Peserta secara bertahap mempraktikkan pembuatan akun marketplace atau mini marketplace, mengunggah produk, menyusun deskripsi dan harga produk, serta membuat konten promosi sederhana. Pendekatan *learning by doing* diterapkan agar peserta memperoleh pengalaman nyata dalam membangun dan mengelola marketplace secara mandiri.

Tahap akhir merupakan evaluasi kegiatan yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh peserta setelah pelatihan selesai. Instrumen kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari 1 (sangat tidak puas) hingga 5 (sangat puas), untuk mengukur tingkat kepuasan serta peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Indikator penilaian meliputi: (1) pemahaman konsep marketplace dan kewirausahaan digital, (2) kemampuan mengunggah produk serta menyusun konten promosi, (3) manfaat pelatihan dalam meningkatkan keterampilan digital, dan (4) tingkat kepuasan peserta terhadap keseluruhan pelaksanaan kegiatan. Selain melalui kuesioner, tim pengabdian juga melakukan penilaian terhadap hasil praktik peserta, seperti keberhasilan pembuatan marketplace, kelengkapan informasi produk, serta kualitas konten promosi yang dihasilkan. Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan menghitung nilai rata-rata dan persentase pada setiap indikator, sedangkan hasil praktik dianalisis secara kualitatif untuk mengetahui tingkat keberhasilan peserta dalam menerapkan materi pelatihan. Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar dalam melakukan perbaikan dan pengembangan program Pengabdian kepada Masyarakat pada kegiatan selanjutnya.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 7 Maret 2026 bertempat di Kampus Universitas Nusa Mandiri Kampus Margonda. Kegiatan ini berlangsung dengan lancar sesuai dengan rangkaian acara yang telah direncanakan serta mendapatkan antusiasme yang tinggi dari para peserta. Hal tersebut terlihat dari keaktifan peserta selama mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari sesi pembukaan, pemaparan materi, praktik, hingga diskusi interaktif bersama tutor. Peserta juga menunjukkan ketertarikan yang tinggi dengan mengajukan berbagai pertanyaan serta berpartisipasi aktif dalam setiap sesi pelatihan.

Peserta yang hadir dalam kegiatan ini berjumlah 10 orang yang berasal dari Badan Santunan Yatim Depok. Kehadiran para peserta menunjukkan adanya semangat dan motivasi yang tinggi untuk memperoleh pengetahuan serta keterampilan baru yang diberikan dalam kegiatan pengabdian ini. Selain itu, peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan disiplin dan menunjukkan kesungguhan dalam memahami materi maupun saat melaksanakan praktik yang diberikan oleh tim pengabdian.

Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh ketua panitia yang menyampaikan tujuan, manfaat, serta harapan dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Pada kesempatan tersebut juga disampaikan pentingnya pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana untuk meningkatkan keterampilan dan membuka peluang usaha di era digital. Selanjutnya, sambutan diberikan oleh perwakilan mitra sebagai bentuk apresiasi dan dukungan terhadap terselenggaranya kegiatan ini sekaligus menyampaikan harapan agar ilmu yang diperoleh peserta dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Suasana kegiatan berlangsung hangat, komunikatif, dan penuh interaksi positif antara tim pelaksana dan peserta sehingga tercipta lingkungan belajar yang kondusif.

Pada Gambar 1 terlihat tutor sedang menyampaikan materi kepada para peserta dengan didampingi oleh tim tutor. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dan komunikatif melalui penjelasan konsep, sesi tanya jawab, serta pemberian contoh-contoh penerapan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Selama proses penyampaian materi, tim tutor juga secara aktif mendampingi peserta, memberikan arahan, serta membantu menjawab pertanyaan yang muncul sehingga setiap peserta memperoleh pemahaman yang optimal terhadap materi yang diberikan.



Gambar 2. Penyampaian materi oleh tutor

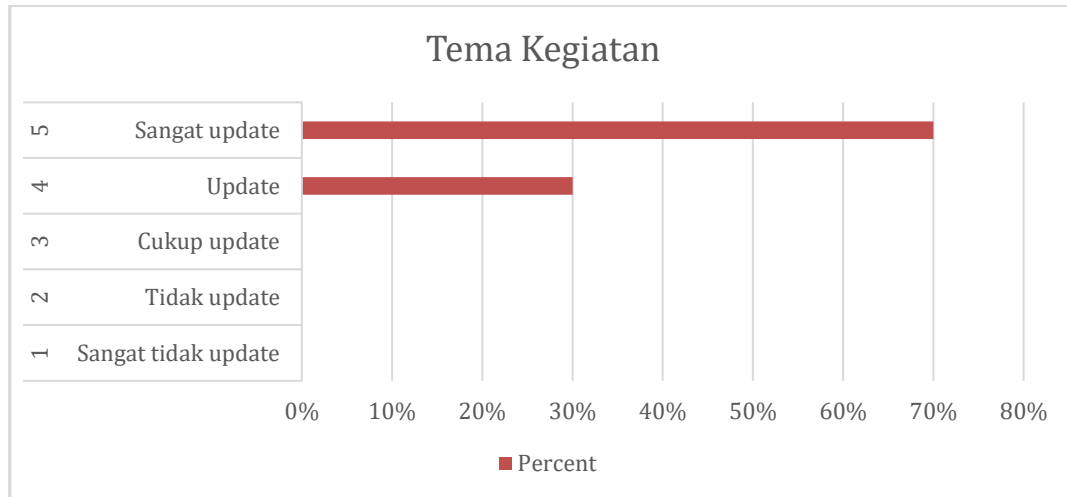
Adapun manfaat yang telah dicapai melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Manfaat Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Permasalahan Mitra	Solusi yang Diberikan	Manfaat yang Dicapai
1	Peserta telah menggunakan media sosial, namun belum mampu memanfaatkannya sebagai sarana pengembangan diri dan peluang ekonomi.	Tim pengabdian memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan media sosial marketplace dan digital secara positif dan produktif melalui pengenalan digital marketing, branding sederhana, serta strategi promosi produk secara online.	Peserta memahami konsep marketing sehingga mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana pengembangan diri dan peluang usaha.
2	Sebagian peserta telah memiliki smartphone dan akses internet, namun penggunaannya masih terbatas untuk hiburan dan komunikasi sehari-hari serta belum dimaksimalkan sebagai media pengembangan keterampilan dan peluang ekonomi.	Dilaksanakan pelatihans praktik penggunaan smartphone dan internet untuk kegiatan produktif, seperti pembuatan akun marketplace, katalog digital, dan pengelolaan promosi online.	Peserta mampu membuat dan mengelola akun marketplace atau mini marketplace berbasis katalog digital secara mandiri.
3	Para peserta di lingkungan Santunan Yatim Depok belum memperoleh program pelatihan yang sistematis terkait kewirausahaan digital dan pemasaran online.	Tim pengabdian menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan digital secara terstruktur melalui penyampaian materi, praktik langsung, pendampingan, dan sesi diskusi interaktif mengenai pemasaran online.	Peserta mampu membuat konten promosi sederhana seperti foto produk, desain promosi, dan caption marketing untuk mendukung kegiatan pemasaran digital.
4	Kurangnya pengetahuan peserta mengenai strategi pemasaran digital yang menarik dan efektif dalam meningkatkan daya tarik produk di media online.	Tim pengabdian memberikan pelatihan pembuatan konten kreatif dan teknik promosi digital menggunakan aplikasi sederhana yang mudah diakses melalui smartphone.	Peserta memiliki keterampilan dasar dalam membuat konten promosi yang lebih menarik, kreatif, dan komunikatif sehingga dapat meningkatkan potensi pemasaran produk secara online.
5	Peserta belum memiliki pengalaman praktik langsung dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana berwirausaha.	Kegiatan pelatihan dilakukan dengan metode praktik langsung dan simulasi penggunaan marketplace agar peserta memperoleh pengalaman nyata dalam pemasaran digital.	Peserta memperoleh pengalaman dan kepercayaan diri dalam menggunakan platform digital sebagai media kewirausahaan dan peluang ekonomi di era digital.

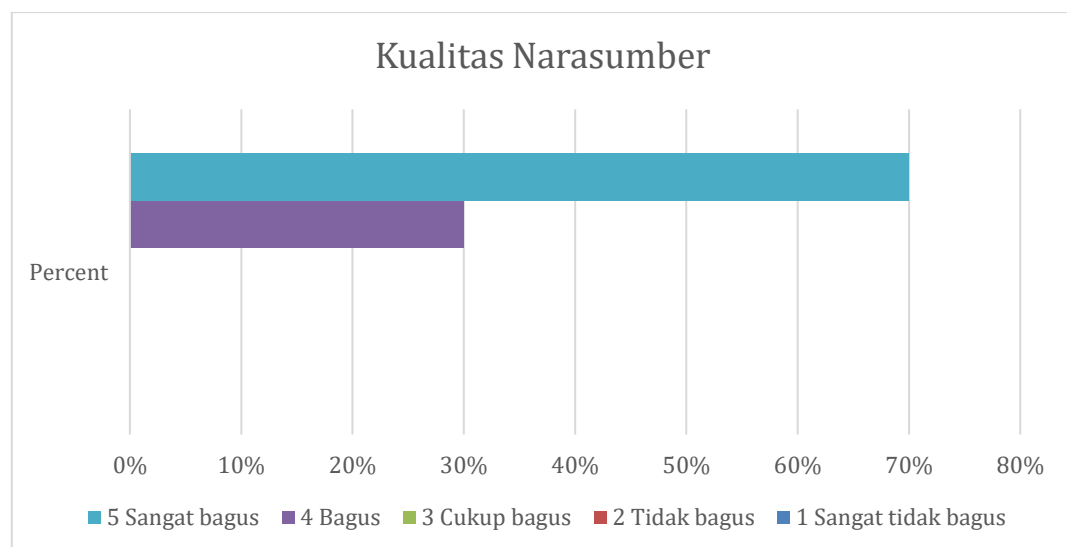
Peserta menunjukkan antusiasme tinggi selama mengikuti pelatihan bertema “Remaja Melek Digital: Strategi Pemasaran Online yang Efektif dan Kreatif” serta aktif berdiskusi dengan tutor dalam mengembangkan

ide desain kreatif. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengisian kuesioner untuk mengetahui penilaian dan masukan peserta sebagai bahan perbaikan kegiatan selanjutnya. Tingkat kepuasan mitra dianalisis berdasarkan tiga aspek utama, yaitu kesesuaian tema, kualitas narasumber, dan manfaat kegiatan secara keseluruhan, yang kemudian disajikan dalam bentuk grafik.



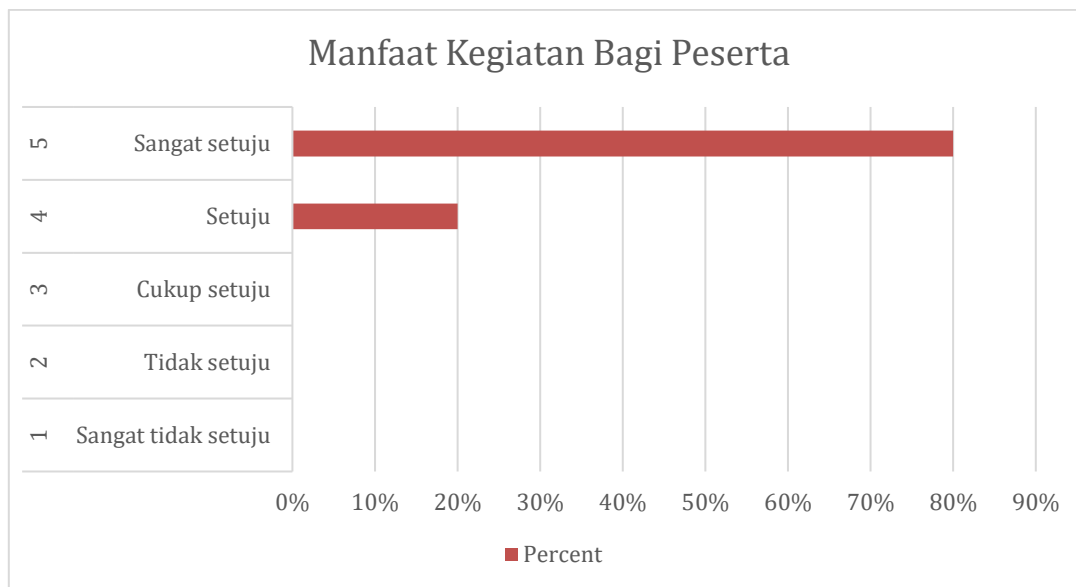
Gambar 3. Tema Kegiatan

Berdasarkan hasil kuesioner evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditunjukkan gambar 3, aspek tema kegiatan, mayoritas peserta memberikan penilaian “sangat update” terhadap tema pelatihan yang disampaikan, dengan persentase sekitar 70%. Sementara itu, sekitar 30% peserta menilai tema kegiatan “cukup update”. Hasil ini menunjukkan bahwa tema pelatihan yang diangkat dinilai relevan dengan kebutuhan peserta serta sesuai dengan perkembangan teknologi dan pemasaran digital saat ini.



Gambar 4. Kualitas Narasumber

Berdasarkan hasil evaluasi yang ditunjukkan pada Gambar 4, penilaian peserta terhadap kualitas narasumber berada pada kategori sangat baik. Sebanyak 70% peserta memberikan penilaian “sangat bagus”, sedangkan 30% peserta lainnya memberikan penilaian “bagus”. Tidak terdapat peserta yang memberikan penilaian pada kategori cukup, kurang, maupun sangat kurang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa narasumber memiliki kompetensi yang baik dalam menyampaikan materi, baik dari aspek penguasaan materi, kejelasan penyampaian, kemampuan berkomunikasi, maupun interaksi dengan peserta. Penyampaian materi yang sistematis dan disertai dengan diskusi interaktif membantu peserta memahami materi pelatihan secara lebih optimal, sehingga kualitas narasumber memberikan kontribusi positif terhadap keberhasilan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.



Gambar 5. Manfaat Kegiatan Bagi Peserta

Sementara itu, hasil evaluasi mengenai manfaat kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa kegiatan memberikan manfaat yang tinggi. Sebagaimana terlihat pada Gambar 5, sekitar 80% peserta menyatakan “sangat setuju” bahwa kegiatan bermanfaat, sedangkan 20% lainnya menyatakan “setuju”. Data tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mampu memberikan pengetahuan dan keterampilan baru yang bermanfaat bagi peserta, khususnya dalam bidang pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi secara produktif.

Kegiatan ditutup dengan sesi foto bersama sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 6 sebagai bentuk dokumentasi dan kebersamaan antara peserta, mitra, dan tim pelaksana. Pihak mitra menyampaikan harapan agar kegiatan serupa dapat terus dilaksanakan secara berkesinambungan dengan materi yang lebih menyesuaikan kebutuhan peserta, sehingga mampu memberikan manfaat yang lebih optimal serta memperkuat hubungan kerja sama antara Universitas Nusa Mandiri dan mitra.



Gambar 6. Foto Bersama Peserta

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa program “Remaja Melek Digital: Strategi Pemasaran Online yang Efektif dan Kreatif” berhasil menjawab permasalahan mitra terkait rendahnya pemanfaatan teknologi digital secara produktif. Kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dasar digital marketing dan pemanfaatan marketplace sebagai sarana peluang usaha. Selain itu, peserta juga telah memiliki keterampilan dalam membuat akun marketplace, mengelola produk, serta menyusun konten promosi sederhana yang menarik. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan manfaat yang signifikan, baik dalam peningkatan wawasan maupun keterampilan peserta. Tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan juga tergolong tinggi, sehingga menunjukkan bahwa

metode pelatihan yang digunakan sudah efektif. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mendorong remaja untuk lebih kreatif, mandiri, dan siap memanfaatkan teknologi digital sebagai peluang ekonomi di era digital.

Sebagai rekomendasi, kegiatan serupa diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih mendalam, seperti strategi branding digital, optimalisasi media sosial, pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) untuk pemasaran, serta teknik analisis performa pemasaran digital. Selain itu, diperlukan pendampingan lanjutan agar peserta dapat mengimplementasikan keterampilan yang telah diperoleh dalam mengembangkan usaha atau aktivitas produktif secara nyata. Kolaborasi dengan pelaku UMKM, dunia industri, maupun komunitas digital juga dapat menjadi upaya untuk memperluas wawasan, meningkatkan pengalaman praktik, serta menciptakan peluang ekonomi yang lebih berkelanjutan bagi para remaja.

Daftar Pustaka

- Ashlihah, Sifa, M., & Ramadhani, D. (2021). *Pelatihan E-commerce anak muda melek digital marketing di Desa Tinggar, Kabupaten Jombang* (Vol. 2, Number 1).
- Fahimah, M., Satiti, W. S., Fadhli, K., Listiani, A., Putri, A. U., & Santoso, T. A. (2023). *PELATIHAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN MARKETPLACE BAGI PELAKU digital , pola konsumsi barang dan jasa*. 2(2), 61–70.
- Faridah, F., & Wulandari, Z. W. (2020). *Pendampingan Pemasaran Industri Lokal Melalui Penggunaan Marketplace untuk Meningkatkan Hasil Produksi pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Sidomukti Lamongan*. 04(02), 509–523.
- Fauzi, M., & Zurohman, A. (2023a). *Pengoptimalan Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Platform Online Shop pada Komunitas Kreatif Ibu-ibu di Kecamatan Wonotunggal*. 1(3), 475–479.
- Fauzi, M., & Zurohman, A. (2023b). *Pengoptimalan Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Platform Online Shop pada Komunitas Kreatif Ibu-ibu di Kecamatan Wonotunggal*. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- Igiriza, M., Rahmatullah, T., Zaeni, R., Syam, A., & Ruqayah, F. (2025). Keterampilan Literasi Digital dalam Pemanfaatan Big Data Demi Terwujudnya Masyarakat Pengetahuan. *Jurnal Perpustakaan*, 16(1).
- Miftah Fajrul Ilmi, A., Arsi Rahayu, D., Nurfaresi, I., Nisaa, K., Maghfiroh, L., Amalia, R., Syahgita Lina, S., Sulastri, S., Wahyuningsih, S., Antasena, Z., & Febriana, M. (2023). *Pemberdayaan Umkm Melalui Digital Marketing Dengan Mengembangkan Kreativitas Remaja Desa Bangsa, Kecamatan Kebasen, Kabupaten Banyumas*. 2(2).
- Mongan, F. F. A., Suryandari, N. N. A., & Lestari, I. D. A. M. D. (2022). Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Meningkatkan Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Sosial Dan Sistem Pembukuan Sederhana Pada Umkm Di Desa Tamanbali. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/seminarfeb/article/view/5876>
- Mutmainah, S., Sutriawan, Fathir, Widayati, U., & Fikram, M. (2022). Menghadapi Tantangan Digital: Kontribusi Workshop dalam Meningkatkan Kewaspadaan Remaja di SMAS Muhammadiyah Ambalawi. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.61461/sjpm.v2i3.43>
- Nata, R., & Delika. (2025). Digitalisasi Pelayanan Gereja Melalui Pengembangan Website Berbasis Design Thinking. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Komputer(JAKAKOM)*, 5(2). <https://doi.org/10.33998/jakakom.2025.5.2.2326>
- Purba, D. S., Permatasari, P. D., Tanjung, N., Fitriani, R., Wulandari, S., Islam, U., Sumatera, N., Muslim, U., Al, N., & Ekonomi, P. (2025). Analisis Perkembangan Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(204).
- Sari, R., Buani, D. C. P., & Rahmawati, A. (2025). Peningkatan Keterampilan Anggota Badan Santunan Yatim Rw. 05,06 dan 07 dengan Pelatihan Pivot Table untuk Menganalisa Data. *Jurnal Abdimas Teknologi Informatika Dan Komputer*, 2(2). <https://doi.org/10.31294/jatik.v2i2.8776>

- Septiani, S., Suryadi, A., & Romansyah, A. (2022). Pemanfaatan Marketplace Dalam Upaya Menciptakan Peluang Bisnis Digital. *SOROT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(2), 20–24.
- Sholeh, M., & Basuki, U. J. (2021). Pendampingan Penggunaan Facebook Marketplace sebagai media promosi dan transaksi penjualan bagi pelaku UKM. *MATAPPA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4, 36–42.
- Sihura, H. K. (2025). Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Umkm Di Era Digital. *Jurnal Education and Development*, 13(1).