



JGORO

Jurnal Gotong Royong

Volume 3 Issue 1, 2026 (85-92)

ISSN (online) : 3048-0744

Homepage : <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/goro>

Doi : <https://doi.org/10.37676/goro>

Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Bagi Wirausaha Muda Di Kota Bengkulu

Heskyel Pranata Tarigan ¹, Fitri Khofifah ²

^{1,2)} Universitas Bengkulu

e-mail: heskytarigan8@gmail.com ¹, fitrikhofifah3003@gmail.com ²

Received [03-05-2026]

Revised [10-05-2026]

Accepted [12-05-2026]

Abstract. The development of digital technology has brought about significant changes in the world of marketing, requiring businesses to possess digital marketing skills to enhance their competitiveness. Young entrepreneurs, as part of the creative economy, need to be competent in utilizing digital media as a means of product promotion and marketing. This community service activity aims to improve the digital marketing competency of young entrepreneurs in Bengkulu City through digital marketing education and training. The activity implemented through counseling, practical training, discussions, and mentoring related to the use of social media, promotional content creation, branding strategies, and the use of digital marketplaces. Participants consisted of young entrepreneurs with micro and small businesses in Bengkulu City. The results of the activity showed that participants experienced an increase in understanding and skills in using digital platforms as a product marketing medium. In addition, participants were also able to create more engaging promotional content and understand effective digital marketing strategies to increase consumer reach. This activity has a positive impact on increasing the knowledge, creativity, and readiness of young entrepreneurs to face business competition in the digital era. Therefore, digital marketing education and mentoring need to be carried out continuously so that young entrepreneurs can develop their businesses optimally through the use of digital technology.

Keywords: *Digital Marketing, Young Entrepreneurs, Social Media.*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia pemasaran, sehingga pelaku usaha dituntut memiliki kemampuan digital marketing untuk meningkatkan daya saing usaha. Wirausaha muda sebagai bagian dari pelaku ekonomi kreatif perlu memiliki kompetensi dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi digital marketing bagi wirausaha muda di Kota Bengkulu melalui edukasi dan pelatihan pemasaran digital. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyuluhan, pelatihan praktik, diskusi, dan pendampingan terkait penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, strategi branding, serta pemanfaatan marketplace digital. Peserta kegiatan terdiri dari wirausaha muda yang memiliki usaha mikro dan kecil di Kota Bengkulu. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan platform digital sebagai media pemasaran produk. Selain itu, peserta juga mampu membuat konten promosi yang lebih menarik dan memahami strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan jangkauan konsumen. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, kreativitas, dan kesiapan wirausaha muda dalam menghadapi persaingan usaha di era digital. Oleh karena itu, edukasi dan pendampingan digital marketing perlu dilakukan secara berkelanjutan agar pelaku usaha muda mampu mengembangkan usahanya secara optimal melalui pemanfaatan teknologi digital.

Kata Kunci ; *Digital Marketing, Wirausaha Muda, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan yang sangat besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Transformasi digital mendorong perubahan pola pemasaran dari sistem konvensional menuju pemasaran berbasis digital atau digital marketing. Kehadiran internet, media sosial, marketplace, dan berbagai platform digital lainnya memberikan peluang yang lebih luas bagi pelaku usaha untuk memasarkan produk dan jasa secara lebih efektif dan efisien. Saat ini, digital marketing menjadi salah satu strategi penting yang harus dikuasai oleh pelaku usaha agar mampu bertahan dan bersaing di tengah perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif.

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk mempromosikan produk atau jasa kepada konsumen. Penggunaan digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Selain itu, pemasaran digital juga dinilai lebih hemat biaya, fleksibel, dan mampu meningkatkan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Berbagai media digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp Business, YouTube, dan marketplace menjadi sarana pemasaran yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam menjalankan usaha di era modern.

Di Indonesia, perkembangan penggunaan internet dan media sosial mengalami peningkatan yang sangat pesat, terutama di kalangan generasi muda. Generasi muda saat ini memiliki kedekatan yang tinggi dengan teknologi digital sehingga memiliki peluang besar untuk mengembangkan usaha berbasis digital. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai usaha kreatif yang dikelola oleh wirausaha muda dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran. Wirausaha muda menjadi salah satu kelompok masyarakat yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan pekerjaan di era digital.

Kota Bengkulu sebagai salah satu daerah yang terus berkembang juga memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha berbasis digital. Banyak wirausaha muda di Kota Bengkulu yang mulai menjalankan usaha di bidang kuliner, fashion, kerajinan, kosmetik, hingga jasa kreatif. Namun, dalam pelaksanaannya masih banyak pelaku usaha muda yang belum mampu memanfaatkan digital marketing secara optimal. Sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan metode pemasaran sederhana dan belum memahami strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan konsumen.

Rendahnya kompetensi digital marketing menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh wirausaha muda. Banyak pelaku usaha yang belum memahami cara membuat konten promosi yang menarik, memanfaatkan media sosial sebagai sarana branding, serta menggunakan marketplace dan fitur digital lainnya untuk mendukung kegiatan pemasaran. Selain itu, kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital menyebabkan usaha yang dijalankan sulit berkembang dan kurang mampu bersaing di pasar digital yang semakin kompetitif.

Permasalahan lainnya adalah keterbatasan pemahaman mengenai pentingnya branding dan komunikasi digital dalam membangun hubungan dengan konsumen. Sebagian wirausaha muda masih belum memahami bagaimana cara membangun identitas produk, menarik perhatian konsumen melalui konten digital, serta mempertahankan loyalitas pelanggan melalui media sosial. Padahal, dalam era digital saat ini, kemampuan membangun branding dan komunikasi pemasaran menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha.

Di sisi lain, perkembangan platform digital seperti TikTok, Instagram Reels, Facebook Marketplace, dan berbagai aplikasi bisnis lainnya memberikan peluang besar bagi pelaku usaha muda untuk meningkatkan penjualan produk. Platform digital tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi sarana interaksi, edukasi, dan transaksi antara pelaku

usaha dan konsumen. Oleh karena itu, kemampuan memanfaatkan platform digital secara kreatif dan inovatif menjadi salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki oleh wirausaha muda.

Penguatan kompetensi digital marketing bagi wirausaha muda menjadi langkah penting dalam mendukung pengembangan usaha di era digital. Kompetensi digital marketing mencakup kemampuan menggunakan media sosial, membuat konten promosi digital, memahami strategi branding, memanfaatkan marketplace, serta menganalisis kebutuhan pasar melalui media digital. Dengan memiliki kompetensi tersebut, wirausaha muda dapat meningkatkan daya saing usaha, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan penjualan produk secara lebih optimal.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui edukasi dan pelatihan digital marketing menjadi salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kemampuan wirausaha muda dalam menghadapi tantangan bisnis digital. Melalui kegiatan pelatihan, peserta dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan praktis mengenai strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, pendampingan secara langsung juga membantu peserta memahami cara menggunakan media digital secara tepat dalam mengembangkan usaha yang dimiliki.

Pelatihan digital marketing tidak hanya memberikan manfaat dalam aspek pemasaran, tetapi juga mampu meningkatkan kreativitas dan inovasi pelaku usaha muda. Peserta dapat belajar membuat konten promosi yang menarik, memahami tren pemasaran digital, serta mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, pelaku usaha muda diharapkan mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai peluang untuk meningkatkan kualitas dan perkembangan usaha mereka.

Selain itu, edukasi digital marketing juga penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Bengkulu. Semakin banyak wirausaha muda yang mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal, maka semakin besar peluang terciptanya usaha-usaha kreatif yang mampu bersaing di tingkat lokal maupun nasional. Penguatan kompetensi digital marketing juga dapat membantu meningkatkan produktivitas, pendapatan, serta kemandirian ekonomi masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kompetensi digital marketing memiliki peranan penting dalam mendukung perkembangan usaha wirausaha muda di era digital. Namun, masih rendahnya pemahaman dan keterampilan pelaku usaha muda dalam memanfaatkan media digital menjadi tantangan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan dan edukasi digital marketing menjadi penting untuk dilakukan guna meningkatkan kemampuan wirausaha muda dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran usaha.

Melalui kegiatan ini diharapkan wirausaha muda di Kota Bengkulu mampu meningkatkan kompetensi digital marketing, memahami strategi pemasaran digital yang efektif, serta mampu mengembangkan usaha secara lebih kreatif dan inovatif. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan manfaat dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga mendukung pengembangan ekonomi masyarakat berbasis digital di Kota Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kompetensi digital marketing bagi wirausaha muda di Kota Bengkulu. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, pendampingan, dan evaluasi kegiatan. Metode tersebut dirancang agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mampu mempraktikkan langsung penggunaan digital marketing dalam kegiatan usaha yang dimiliki.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan dengan melakukan observasi awal dan identifikasi kebutuhan peserta terkait pemahaman dan penggunaan digital marketing dalam usaha mereka. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak terkait dan calon peserta kegiatan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi wirausaha muda dalam pemasaran digital. Selain itu, tim juga menyiapkan materi pelatihan, media presentasi, modul pelatihan, serta perangkat pendukung kegiatan.

Peserta kegiatan merupakan wirausaha muda di Kota Bengkulu yang memiliki usaha mikro dan kecil di berbagai bidang, seperti kuliner, fashion, kosmetik, kerajinan, dan usaha kreatif lainnya. Pemilihan peserta dilakukan berdasarkan minat dan kebutuhan terhadap pengembangan kompetensi digital marketing.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui metode edukasi, pelatihan, diskusi, dan praktik langsung. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep dasar digital marketing, pentingnya pemasaran digital di era modern, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran produk. Setelah penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik langsung dalam membuat konten promosi digital, mengelola akun media sosial usaha, serta memanfaatkan fitur-fitur digital marketing yang tersedia pada platform media sosial dan marketplace. Tim pengabdian juga memberikan pendampingan selama proses praktik agar peserta lebih mudah memahami penggunaan media digital dalam pemasaran usaha.

Tahap Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan untuk membantu peserta dalam menerapkan strategi digital marketing pada usaha yang dimiliki. Tim pengabdian memberikan arahan dan konsultasi terkait pengelolaan media sosial, pembuatan desain promosi sederhana, penulisan caption pemasaran, serta strategi meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui media digital.

Pendampingan dilakukan secara langsung maupun melalui komunikasi daring agar peserta dapat berkonsultasi mengenai kendala yang dihadapi selama menerapkan digital marketing. Kegiatan ini bertujuan agar peserta mampu mengembangkan keterampilan pemasaran digital secara lebih optimal dan berkelanjutan.

Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keberhasilan peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui observasi, diskusi, dan pemberian umpan balik dari peserta mengenai materi dan pelaksanaan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Peningkatan Kompetensi Digital Marketing bagi Wirausaha Muda di Kota Bengkulu” telah dilaksanakan dengan melibatkan wirausaha muda yang bergerak di berbagai bidang usaha, seperti kuliner, fashion, kerajinan, kosmetik, dan usaha kreatif lainnya. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tahapan edukasi, pelatihan, praktik, serta pendampingan terkait penggunaan digital marketing dalam pengembangan usaha.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, diketahui bahwa sebagian besar peserta sebelumnya masih memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai digital marketing. Sebelum kegiatan berlangsung, banyak peserta yang hanya menggunakan media sosial secara sederhana untuk promosi tanpa memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, sebagian peserta belum memahami pentingnya branding produk, pembuatan konten promosi

yang menarik, serta pemanfaatan marketplace dan fitur bisnis digital dalam meningkatkan penjualan produk.

Setelah mengikuti kegiatan pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai konsep dan strategi digital marketing. Peserta mulai memahami pentingnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi pemasaran dengan konsumen. Selain itu, peserta juga memperoleh pengetahuan mengenai cara membangun branding usaha melalui tampilan akun media sosial, desain promosi, dan penyusunan konten digital yang menarik.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mempraktikkan secara langsung penggunaan platform digital seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Business untuk mendukung pemasaran usaha. Peserta juga mulai memahami penggunaan fitur-fitur digital seperti hashtag, reels, caption promosi, serta strategi interaksi dengan konsumen melalui media sosial. Dalam kegiatan praktik, peserta berhasil membuat konten promosi sederhana berupa foto produk, video pendek, dan desain promosi digital yang lebih menarik dibandingkan sebelumnya.

Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan marketplace sebagai media penjualan produk. Sebagian peserta mulai memahami cara mengunggah produk, menulis deskripsi produk yang menarik, serta mengelola komunikasi dengan konsumen melalui platform digital. Hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung perkembangan usaha.

Kegiatan pendampingan yang dilakukan juga memberikan dampak positif terhadap motivasi dan kreativitas peserta. Wirausaha muda menjadi lebih percaya diri dalam memasarkan produk melalui media digital dan mulai menyadari pentingnya inovasi dalam strategi pemasaran. Peserta terlihat lebih aktif dalam berdiskusi, bertanya, serta berbagi pengalaman terkait kendala pemasaran yang mereka hadapi.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat yang positif terhadap peningkatan kompetensi digital marketing peserta. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga memiliki keterampilan praktis dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran usaha.

Pembahasan

Digital marketing menjadi salah satu kebutuhan penting bagi pelaku usaha di era perkembangan teknologi saat ini. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin dekat dengan penggunaan internet dan media sosial menyebabkan pelaku usaha harus mampu menyesuaikan strategi pemasaran dengan perkembangan digital. Dalam kondisi tersebut, kompetensi digital marketing menjadi kemampuan yang sangat penting dimiliki oleh wirausaha muda agar mampu bersaing dalam dunia usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum pelatihan dilakukan, sebagian besar peserta masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai strategi pemasaran digital. Peserta cenderung menggunakan media sosial hanya sebagai sarana mengunggah produk tanpa memperhatikan strategi branding, kualitas konten, maupun komunikasi pemasaran dengan konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih diperlukan edukasi dan pendampingan mengenai penggunaan digital marketing secara efektif bagi pelaku usaha muda.

Pelatihan digital marketing yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya media digital dalam pengembangan usaha. Penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp Business memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Selain itu, media digital juga memungkinkan pelaku usaha melakukan promosi dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional.

Peningkatan kemampuan peserta dalam membuat konten promosi digital menunjukkan bahwa pelatihan praktik memiliki peranan penting dalam pengembangan keterampilan digital marketing. Konten promosi yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Dalam era digital saat ini, visualisasi produk melalui foto, video pendek, dan desain promosi menjadi salah satu faktor penting dalam menarik perhatian konsumen di media sosial.

Selain kemampuan teknis, kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya branding usaha. Branding tidak hanya berkaitan dengan logo atau tampilan produk, tetapi juga berkaitan dengan identitas dan citra usaha di mata konsumen. Melalui pelatihan ini, peserta mulai memahami bagaimana cara membangun citra usaha yang menarik dan profesional melalui media digital.

Pemanfaatan marketplace juga menjadi salah satu bagian penting dalam pengembangan digital marketing. Marketplace memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas serta meningkatkan peluang penjualan produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami penggunaan marketplace sebagai media transaksi digital yang efektif dan praktis.

Kegiatan pendampingan yang dilakukan selama pelatihan memberikan dampak positif terhadap motivasi peserta dalam mengembangkan usaha. Pendampingan membantu peserta memahami kendala yang dihadapi serta memberikan solusi terkait strategi pemasaran digital yang sesuai dengan jenis usaha masing-masing. Dengan adanya pendampingan, peserta menjadi lebih percaya diri dalam menerapkan digital marketing secara mandiri.

Meskipun kegiatan berjalan dengan baik, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi peserta, seperti keterbatasan perangkat digital, kualitas jaringan internet, dan kemampuan desain konten yang masih terbatas. Selain itu, sebagian peserta masih memerlukan pendampingan lanjutan agar mampu menerapkan strategi digital marketing secara lebih konsisten dan optimal.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi digital marketing bagi wirausaha muda di Kota Bengkulu. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kreativitas, serta motivasi peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran usaha. Dengan meningkatnya kompetensi digital marketing, diharapkan wirausaha muda mampu mengembangkan usaha secara lebih inovatif, meningkatkan daya saing produk, dan memperluas peluang usaha di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai “Peningkatan Kompetensi Digital Marketing bagi Wirausaha Muda di Kota Bengkulu”, dapat disimpulkan bahwa kegiatan edukasi dan pelatihan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran usaha. Sebelum pelatihan dilaksanakan, sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial untuk promosi, serta teknik pembuatan konten digital yang menarik.

Setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta menunjukkan peningkatan kompetensi dalam menggunakan berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp Business, dan marketplace untuk mendukung kegiatan pemasaran produk. Peserta juga mampu memahami pentingnya branding usaha, komunikasi pemasaran digital, serta strategi pembuatan konten promosi yang kreatif dan menarik bagi konsumen.

Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta dalam digital marketing, tetapi juga meningkatkan motivasi, kreativitas, dan kepercayaan diri wirausaha muda

dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Pemanfaatan teknologi digital terbukti memberikan peluang yang lebih luas bagi pelaku usaha untuk meningkatkan jangkauan pasar, memperluas jaringan konsumen, dan meningkatkan daya saing usaha di era digital.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi peserta, seperti keterbatasan fasilitas digital, kualitas jaringan internet, dan kemampuan desain konten yang masih perlu dikembangkan. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pelatihan dan pendampingan lanjutan agar kompetensi digital marketing wirausaha muda dapat terus berkembang secara optimal dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kompetensi digital marketing bagi wirausaha muda di Kota Bengkulu sehingga diharapkan mampu mendukung pengembangan usaha dan pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis digital di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Rahman, F. (2021). "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Digital Marketing bagi UMKM". *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 8(2), 110–120.
- Ananda, R. (2020). *Digital Marketing dan Pengembangan Usaha*. Jakarta: Kencana.
- Arsyad, A. (2021). *Media Pembelajaran dan Teknologi Digital*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aslamiah. (2020). "Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha". *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(1), 55–64.
- Dewi, N., & Kurniawan, D. (2022). "Pelatihan Digital Marketing bagi Wirausaha Muda". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(2), 87–96.
- Fadillah, N. (2023). "Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan UMKM". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 70–81.
- Fahmi, M. (2021). *Strategi Digital Marketing di Era Society 5.0*. Bandung: Alfabeta.
- Gunawan, R. (2020). *Transformasi Bisnis Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Handayani, T. (2021). "Pengembangan Kompetensi Digital bagi Pelaku Usaha Muda". *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 9(2), 120–129.
- Hasanah, U. (2022). "Pemanfaatan Marketplace sebagai Media Pemasaran Digital". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(1), 44–53.
- Hidayat, A. (2021). *Digital Branding dan Strategi Pemasaran Online*. Yogyakarta: Deepublish.
- Khotimah, S. (2020). "Kendala UMKM dalam Menggunakan Digital Marketing". *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 5(2), 98–107.
- Kurniawan, D. (2020). "Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan UMKM". *Jurnal Manajemen Indonesia*, 8(3), 150–160.
- Lestari, P., & Wijaya, H. (2023). "Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Digital bagi Wirausaha Muda". *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(1), 66–75.
- Maulana, R. (2021). *Media Sosial dan Strategi Pemasaran Modern*. Surabaya: CV Global Aksara.
- Mulyani, D. (2020). "Peningkatan Kreativitas Wirausaha melalui Digital Marketing". *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 10(1), 77–86.
- Nasution, S. (2021). *Komunikasi Pemasaran Digital*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugraha, A. (2022). "Strategi Branding Produk melalui Media Sosial". *Jurnal Bisnis Kreatif*, 9(2), 90–101.
- Nurhayati, S. (2021). "Peran Pelatihan Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro". *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 112–121.
- Pratama, Y. (2023). "Pemanfaatan TikTok sebagai Media Digital Marketing". *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*, 12(1), 50–60.
- Putri, A., & Sari, M. (2021). "Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Konsumen". *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 4(2), 133–142.

- Rahman, A. (2021). "Digital Marketing dan Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat". *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(3), 211–220.
- Ramadhani, F. (2020). *Pemasaran Digital untuk UMKM*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rohmah, L. (2022). "Efektivitas Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Modern*, 7(1), 72–81.
- Saputra, I. (2021). *Kewirausahaan Digital di Era Modern*. Bandung: Refika Aditama.
- Setiawan, D. (2020). "Strategi Pemasaran Online melalui Marketplace". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 77–85.
- Siregar, M. (2022). "Peran Media Digital dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif". *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 9(2), 101–112.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, R. (2021). "Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Produk". *Jurnal Komunikasi Digital*, 10(2), 132–141.
- Suryani, N. (2020). *Media dan Strategi Digital Marketing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Utami, P. (2022). "Peningkatan Kompetensi Digital Marketing melalui Pelatihan". *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 8(3), 91–100.
- Wahyuni, S. (2023). "Efektivitas Konten Digital dalam Menarik Konsumen". *Jurnal Bisnis Kontemporer*, 7(1), 22–31.
- Wibowo, A. (2021). *Transformasi Digital dalam Dunia Usaha*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yuliana, D. (2022). "Pengaruh Digital Marketing terhadap Perkembangan Usaha Mikro". *Jurnal Ekonomi dan Teknologi Informasi*, 7(2), 140–149.
- Yusuf, M. (2020). *Metode Penelitian Sosial dan Pengabdian Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Zubaedi. (2021). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Digital*. Jakarta: Kencana.