

Pelatihan Bisnis Digital “Digital Marketing Bagi Siswa Sman 1 Tualang”

Figio Alimbel¹, Ivan Chatisa^{2*}

¹Politeknik Caltex Riau, Program Studi Bisnis Digital, email: figo@pcr.ac.id

² Politeknik Caltex Riau, Program Studi Teknik Informatika, email: ivan@pcr.ac.id

ivan@pcr.ac.id

Abstrak

Perkembangan pesat teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam dunia bisnis, khususnya pada aspek pemasaran dan promosi produk. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan pada 21 Mei 2025 ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa kelas XI SMAN 1 Tualang dalam pemasaran digital dan pembuatan konten visual yang efektif. Sebanyak 40 siswa terpilih mengikuti pelatihan yang menggabungkan materi teori seperti pengantar digital marketing, analisis pasar, dan target konsumen online, serta penerapan digital marketing dan branding produk di media sosial. Selain itu, peserta melakukan praktik langsung desain flyer menggunakan aplikasi Canva, yang dibimbing oleh mahasiswa sebagai asisten instruktur. Pelatihan ini juga dilengkapi dengan sesi diskusi interaktif untuk membahas kendala dan solusi dalam pemasaran digital. Evaluasi pasca pelatihan menunjukkan peningkatan pengetahuan dalam literasi digital peserta serta kemampuan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce sebagai alat pemasaran. Program ini berperan penting dalam membekali generasi muda dengan keterampilan bisnis digital yang relevan, sekaligus memperkuat sinergi antara institusi pendidikan dan masyarakat untuk menghadapi tantangan ekonomi digital secara berkelanjutan.

Kata kunci: SMAN 1 Tualang, pemasaran digital, desain flyer, Canva, media sosial

Abstract

The rapid advancement of digital technology has fundamentally transformed business practices, especially in marketing and product promotion. This Community Service program, conducted on May 21, 2025, aimed to enhance the understanding and skills of 40 selected eleventh-grade students from SMAN 1 Tualang in digital marketing and effective visual content creation. The training combined theoretical materials such as an introduction to digital marketing, market analysis, and online consumer targeting, alongside the application of digital marketing and product branding on social media. Participants also engaged in hands-on flyer design using Canva, guided by university students serving as assistant instructors. An interactive discussion session was held to address challenges and solutions in digital marketing. Post-training evaluations indicated a significant improvement in participants' digital literacy and their ability to utilize social media and e-commerce platforms as marketing tools. This program plays a crucial role in equipping young generations with relevant digital business skills, while strengthening collaboration between educational institutions and the community to sustainably tackle the challenges of the digital economy.

Keywords: SMAN 1 Tualang, digital marketing, flyer design, Canva, social media

Article History:

Submitted : 11-06-2025

Accepted : 18-06-2025

Published : 30-09-2025

1. Pendahuluan

Era digitalisasi telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan, menciptakan peluang baru sekaligus tantangan besar bagi pelaku usaha di berbagai skala. Transformasi digital mendorong percepatan adopsi teknologi dalam praktik bisnis sehari-hari, yang mencakup pemasaran, komunikasi, hingga transaksi [1]. Di tengah dinamika tersebut, calon pelaku usaha, termasuk siswa yang tertarik pada dunia kewirausahaan, menghadapi momentum kritis untuk bertransformasi dan mengadopsi strategi pemasaran digital guna mempertahankan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis [2].

Kemajuan teknologi informasi turut mendorong lahirnya model ekonomi baru yang serba online, di mana perilaku masyarakat dalam berbelanja pun ikut berubah. Tren menunjukkan bahwa masyarakat kini lebih menyukai berbelanja secara daring melalui marketplace dibandingkan dengan metode konvensional [3]. Marketplace sebagai platform digital memainkan peran penting dalam menghubungkan penjual dan pembeli secara efisien, memungkinkan mereka melakukan transaksi tanpa batasan ruang dan waktu. Di sinilah peran digital marketing menjadi sangat krusial untuk memperkenalkan, mempromosikan, serta menjual produk dan jasa secara efektif.

Digital marketing terbukti menjadi solusi efektif dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta membangun hubungan yang lebih erat antara pelaku usaha dengan konsumen [4]. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha pemula, termasuk siswa calon wirausaha, masih menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi ini. Kendala tersebut antara lain minimnya pemahaman teknis, keterbatasan sumber daya manusia, serta kurangnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan yang relevan.

Dalam konteks tersebut, hasil forum diskusi yang dilakukan antara tim pengabdian masyarakat dengan pihak mitra di SMAN 1 Tualang menunjukkan bahwa sekolah mitra belum memiliki tenaga pendidik yang ahli di bidang bisnis digital. Akibatnya, pengembangan pengetahuan dan keterampilan bisnis digital bagi siswa yang berminat di bidang kewirausahaan menjadi terhambat. Padahal, kemampuan dalam bidang ini sangat dibutuhkan untuk mencetak lulusan yang tidak hanya adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga mampu menciptakan inovasi dalam sektor bisnis digital [5].

Mengacu pada Rencana Strategis (Renstra) PkM Politeknik Caltex Riau Tahun 2022-2026, salah satu fokus strategis institusi adalah pengembangan industri kreatif digital yang mana akan menambahkan kemampuan dan wawasan di dunia Pendidikan dan peningkatan ekonomi, yang selaras dengan kebutuhan mitra serta hasil Focus Group Discussion yang dilakukan sebelumnya. Oleh karena itu, tim PkM merancang program pelatihan digital marketing dalam bentuk workshop terapan. Workshop ini tidak hanya menyampaikan konsep teoritis, namun juga memberikan praktik langsung mengenai penggunaan media digital dalam kegiatan kewirausahaan.

Dengan adanya program pelatihan dan pendampingan digital marketing ini, siswa diharapkan mampu menjembatani kesenjangan keterampilan, meningkatkan daya saing usaha yang mereka rintis, serta memperluas akses ke pasar digital. Program ini menjadi langkah strategis dalam membangun kapasitas generasi muda sebagai pelaku ekonomi kreatif di masa depan [6].

2. Metode

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini mengadopsi pendekatan partisipatif edukatif yang melibatkan siswa secara aktif dalam proses pembelajaran dan praktik langsung terkait digital marketing. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas siswa dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya media sosial dan platform e-commerce sebagai sarana untuk membangun dan mengembangkan usaha. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan digital marketing yang ditujukan kepada siswa-siswa SMAN 1 Tualang. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu: (1) tahap persiapan, (2) tahap pelaksanaan kegiatan, dan (3) tahap evaluasi hasil pelatihan.

1. Pada tahap Persiapan

Pada tahapan ini tim PkM melakukan koordinasi dengan mitra untuk merumuskan kebutuhan serta menyusun materi pelatihan. Hasil forum diskusi menunjukkan bahwa mitra belum memiliki sumber daya manusia yang memadai dalam bidang bisnis digital, sehingga diperlukan transfer pengetahuan dan keterampilan yang sistematis [7]. Tim pelaksana PkM menyusun kurikulum pelatihan berbasis kebutuhan siswa dengan berfokus pada materi-materi yang aplikatif seperti digital marketing, pemanfaatan media sosial, serta penggunaan platform desain seperti Canva. Pelatihan ini juga melibatkan mahasiswa aktif dari Politeknik Caltex Riau sebagai asisten instruktur. Mahasiswa yang dilibatkan telah memiliki kompetensi di bidang marketing digital dan desain konten menggunakan Canva. Mereka bertugas dalam membantu persiapan materi, praktik teknis selama pelatihan, serta pelayanan kepada peserta [8]. Mitra dalam hal ini adalah SMAN 1 Tualang yang berperan dalam mengundang 40 siswa peserta pelatihan. Mitra juga turut membantu dalam melakukan sosialisasi waktu pelaksanaan kegiatan ini kepada lingkungan sekolah.

2. Tahap pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam bidang bisnis digital melalui pendekatan teoritis dan praktis. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 21 Mei 2025, mulai pukul 08.00 hingga 12.00 WIB di SMAN 1 Tualang. Pelaksanaan dibagi menjadi tiga sesi utama, yaitu sesi presentasi materi, sesi praktek desain flyer produk, dan sesi diskusi serta tanya jawab. Pada sesi pertama, materi disampaikan oleh instruktur dan ahli yang memiliki kompetensi di bidang bisnis digital. Topik yang dibahas meliputi konsep dasar pemasaran digital, strategi pengembangan produk digital, teknik pengambilan dan pengolahan foto produk, serta pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce sebagai alat pemasaran. Materi ini diberikan dalam bentuk paparan interaktif agar peserta mampu memahami secara komprehensif implementasi nyata dalam dunia bisnis digital.

Selanjutnya, pada sesi kedua, peserta melakukan praktek langsung pembuatan desain flyer produk menggunakan aplikasi Canva. Dalam sesi ini, siswa dibimbing untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan sesuai dengan strategi branding serta pemasaran produk. Mahasiswa yang dilibatkan sebagai asisten instruktur turut serta dalam memberikan pendampingan selama proses praktek. Keterlibatan mahasiswa ini bertujuan untuk memberikan pengalaman pengajaran langsung sekaligus memperkuat sinergi antara dunia akademik dan penerapan praktis di masyarakat. Pada sesi ketiga, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi terbuka dan sesi tanya jawab antara peserta dengan instruktur dan narasumber tamu. Diskusi ini fokus pada kendala yang dihadapi peserta dalam implementasi pemasaran digital, pemilihan media promosi, hingga pemahaman mengenai perilaku konsumen digital.

Kegiatan ini sejalan dengan penelitian Madona dan Jaenudin yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan kompetensi teknologi siswa, khususnya di lingkungan pendidikan menengah [9]. Selain itu, Marpaung dan Salsabila juga menekankan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam komunikasi bisnis merupakan langkah strategis dalam mendorong efektivitas pemasaran dan interaksi pelanggan [10].

3. Tahap Evaluasi hasil pelatihan

Tahap evaluasi dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana pemahaman dan ketercapaian tujuan pelatihan oleh para peserta. Evaluasi dilaksanakan dengan mengamati proses pembelajaran yang meliputi penyampaian materi menggunakan metode ceramah interaktif, praktik langsung, serta sesi tanya jawab dan diskusi. Instrumen evaluasi berupa kuesioner diberikan kepada seluruh peserta setelah kegiatan selesai untuk memperoleh data kuantitatif mengenai persepsi, pemahaman, dan kesiapan mereka dalam mengimplementasikan materi yang telah disampaikan. Hasil evaluasi kemudian dianalisis untuk menyimpulkan tingkat

keberhasilan kegiatan. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini ditetapkan berdasarkan persentase peserta yang mampu memahami materi secara komprehensif. Target capaian minimal ditetapkan sebesar 80%, yang berarti bahwa minimal 80% peserta diharapkan dapat memahami konsep-konsep yang diberikan, termasuk strategi digital marketing, desain promosi digital, serta pemanfaatan media sosial dalam kegiatan bisnis. Harapannya, pemahaman ini dapat menjadi bekal awal bagi peserta dalam menerapkan ilmu yang diperoleh ke dalam aktivitas kewirausahaan yang sedang atau akan mereka jalankan. Pendekatan evaluasi ini sejalan dengan metode penilaian partisipatif yang juga digunakan dalam program sejenis untuk mengukur efektivitas program pelatihan berbasis praktik [9], [10].

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada hari Rabu, 21 Mei 2025, mulai pukul 08.00 hingga 12.00 WIB, di ruang pertemuan yang terletak di Jl. Sultan Alamuddinsyah, Perawang Barat, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak. Pemilihan lokasi ini mempertimbangkan aksesibilitas dan ketersediaan fasilitas yang mendukung proses pelatihan secara efektif. Sebanyak 40 siswa kelas XI dari SMAN 1 Tualang berpartisipasi dalam kegiatan ini, yang sebelumnya telah diseleksi oleh pihak sekolah mitra berdasarkan minat dan potensi mereka dalam bidang kewirausahaan dan bisnis digital. Antusiasme peserta menunjukkan adanya kebutuhan nyata terhadap pengetahuan dan keterampilan di bidang pemasaran digital dan media sosial sebagai modal penting dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital [11][12].

Kegiatan pelatihan dirancang secara sistematis dengan pendekatan teoritis dan praktis. Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar pemasaran digital, strategi pengembangan produk digital, teknik pengambilan dan pengolahan foto produk dan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran. Setelah sesi pemaparan materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung pembuatan desain flyer produk menggunakan aplikasi Canva, di mana siswa dibimbing untuk membuat konten visual yang menarik dan relevan dengan strategi branding dan pemasaran produk. Mahasiswa yang dilibatkan sebagai asisten instruktur berperan aktif dalam memberikan bimbingan selama demo pembuatan desain flyer produk ini. Sesi terakhir berupa tanya jawab dan diskusi, memberikan kesempatan kepada peserta untuk berdiskusi langsung dengan instruktur dan narasumber tamu mengenai kendala dan solusi dalam implementasi pemasaran digital, pemilihan media promosi, serta pemahaman tentang perilaku konsumen digital.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pelatihan

Waktu	Kegiatan
08.00 – 08.30	Pembukaan
08.30 – 09.00	Pengenalan Konsep Marketing
09.00 – 10.00	Pengenalan dan Pelatihan Pembuatan Flayer dengan Canva
10.00 – 11.00	Pengenalan Konsep Digital Marketing
11.00 – 11.30	Penerapan Digital Marketing
11.30 – 12.00	Tanya Jawab, Kuesioner dan Penutupan

Materi pelatihan disusun berdasarkan tingkat pemahaman awal peserta dari SMAN 1 Tualang, sehingga materi yang disampaikan dapat diikuti dengan baik. Selain itu, jadwal dan lokasi pelatihan juga disesuaikan agar mendukung kelancaran dan keikutsertaan seluruh peserta. Rincian lengkap mengenai materi pelatihan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Materi Pelatihan

No	Materi Pelatihan
1	Pendahuluan
2	Pelatihan Flayer dengan Canva
3	Pengantar Digital Marketing, Analisis Pasar dan Target Konsumen Online
4	Penerapan Digital Marketing dan Branding Produk di Sosial Media

Pembukaan pelatihan dimulai oleh moderator, yang kemudian dilanjutkan dengan sambutan dari perwakilan guru SMAN 1 Tualang serta perwakilan ketua pelaksana kegiatan PKM. Selanjutnya, materi dasar mengenai pemasaran digital disampaikan oleh pemateri yatu Figo Alimbel, yang secara komprehensif menjelaskan konsep dan penerapan digital marketing khususnya melalui media sosial.



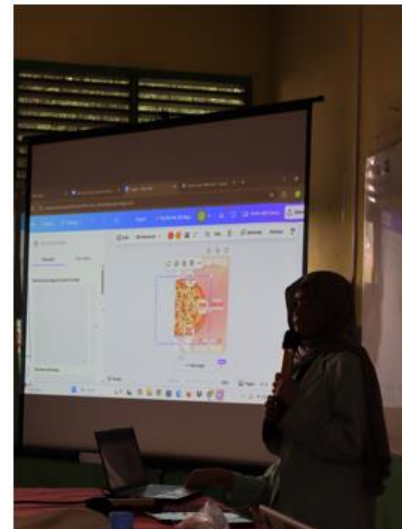
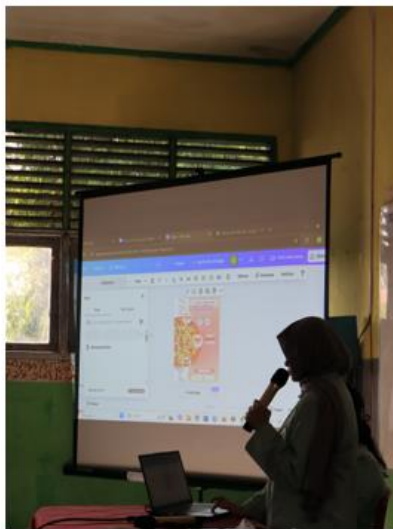
Gambar 1. Siswa menyimak pemaparan materi

Dalam penyampaian materi, Figo menekankan bahwa “digital marketing merupakan strategi penting yang menggabungkan teknologi dan kreativitas untuk menjangkau konsumen secara efektif di era digital, serta membangun hubungan yang berkelanjutan dengan audiens melalui platform online.” Materi disajikan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami agar seluruh peserta pelatihan dapat menangkap inti pembelajaran dengan efektif dan siap menerapkannya dalam konteks bisnis digital mereka



Gambar 2. Sesi Tanya jawab 'Digital Marketing

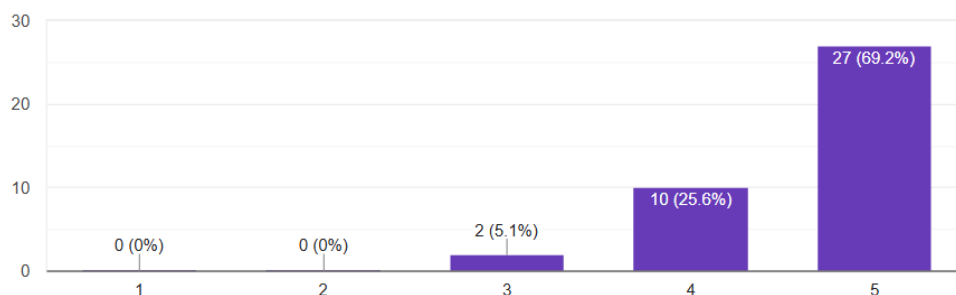
Setelah sesi pembukaan dan penyampaian materi dasar, pelatihan dilanjutkan dengan praktik langsung pembuatan desain flyer menggunakan aplikasi Canva. Peserta dibimbing untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan sesuai dengan strategi pemasaran digital yang telah dijelaskan sebelumnya. Mahasiswa sebagai asisten instruktur turut aktif membantu peserta dalam memahami teknik desain serta memberikan tips agar flyer yang dibuat mampu menarik perhatian konsumen potensial. Kegiatan ini bertujuan untuk mengintegrasikan teori dengan praktik nyata, sehingga peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung dalam bentuk media promosi yang efektif. Dengan pendekatan pembelajaran yang interaktif ini, diharapkan siswa dapat meningkatkan kreativitas dan keterampilan teknis yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi dinamika bisnis digital masa kini [13].



Gambar 3. Sesi Workshop Pembuatan Flyer

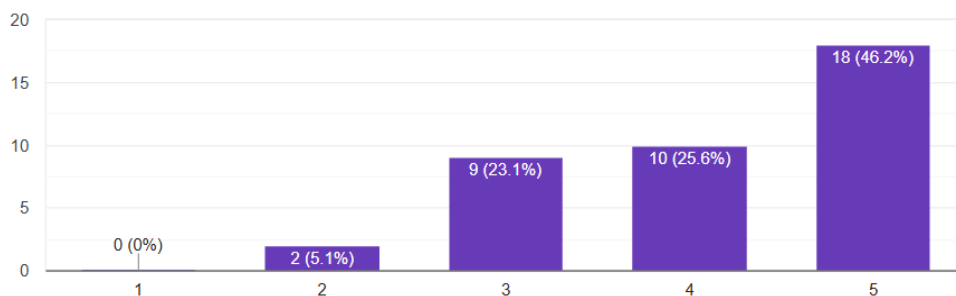
Pada sesi penutup kegiatan pelatihan digital marketing dan desain konten visual, tim pelaksana melakukan pengisian survei evaluatif yang ditujukan kepada siswa SMAN 1 Tualang sebagai peserta pelatihan. Tujuan dari survei ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan, pemahaman materi, serta minat peserta dalam mengikuti pelatihan serupa di masa mendatang. Kuesioner ini disusun untuk menilai efektivitas metode pengajaran serta relevansi materi yang disampaikan selama sesi pelatihan berlangsung. Terdapat lima butir pertanyaan yang diberikan kepada peserta, antara lain: (1) tingkat kepuasan terhadap pelatihan yang diikuti; (2) pemahaman peserta tentang kewirausahaan sebelum pelatihan; (3) peningkatan pemahaman setelah mengikuti pelatihan; (4) minat mengikuti pelatihan

lanjutan jika diadakan kembali oleh institusi penyelenggara; dan (5) saran dan masukan terkait penyelenggaraan pelatihan selanjutnya. Data dari survei ini kemudian dianalisis untuk menjadi bahan refleksi dan perbaikan kegiatan PkM di masa mendatang.



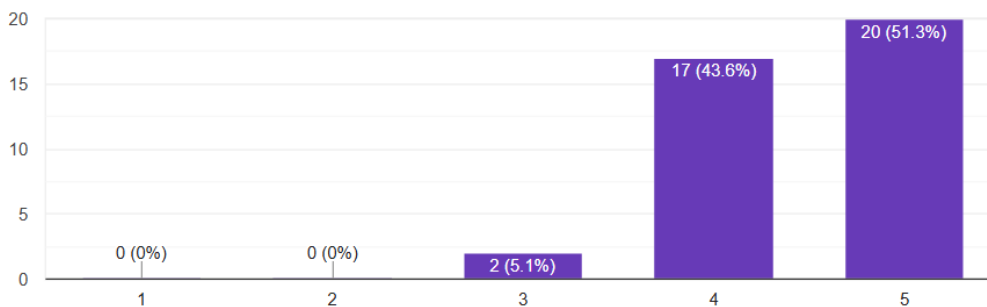
Gambar 4. Tingkat Kepuasan terhadap Pelatihan Kewirausahaan

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar siswa merasa sangat puas terhadap pelatihan yang telah diberikan. Sebanyak 27 siswa (69%) memberikan penilaian pada kategori sangat puas, sementara 10 siswa (26%) memilih puas, dan hanya 2 siswa (5%) yang merasa cukup puas. Tidak ada siswa yang memilih kategori tidak puas atau sangat tidak puas. Temuan ini mencerminkan bahwa pelatihan kewirausahaan berhasil memenuhi ekspektasi sebagian besar peserta, baik dari segi materi maupun metode penyampaian.



Gambar 5. Tingkat Pemahaman tentang Kewirausahaan Sebelum Pelatihan

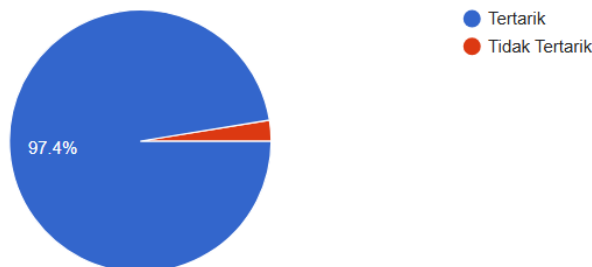
Sebelum mengikuti pelatihan, tingkat pemahaman siswa terhadap kewirausahaan tergolong cukup bervariasi. Sebanyak 18 siswa (46%) menyatakan sangat paham, dan 10 siswa (26%) merasa paham. Sementara itu, 9 siswa (23%) berada pada tingkat pemahaman sedang, dan hanya 2 siswa (5%) yang mengaku kurang paham. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pengetahuan awal yang cukup baik, namun masih terdapat ruang untuk peningkatan pemahaman yang lebih dalam.



Gambar 6. Tingkat Pemahaman tentang Kewirausahaan Setelah Pelatihan

Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan pada tingkat pemahaman peserta. Sebanyak 20 siswa (51%) menyatakan sangat paham, dan 17 siswa (44%) merasa paham terhadap materi yang

disampaikan. Hanya 2 siswa (5%) yang memberikan respons netral, dan tidak ada yang memilih kategori kurang paham atau tidak paham. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa metode penyampaian materi dan praktik langsung yang digunakan dalam pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman siswa secara efektif.



Gambar 7. Ketertarikan Mengikuti Pelatihan Selanjutnya

Dalam pertanyaan terakhir mengenai ketertarikan untuk mengikuti pelatihan lainnya dari Politeknik Caltex Riau (PCR), sebanyak 38 siswa (97%) menyatakan tertarik, dan hanya 1 siswa (3%) yang menyatakan tidak tertarik. Tingginya minat ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian semacam ini memberikan dampak positif dan dinilai relevan oleh peserta, sehingga dapat dijadikan dasar untuk merancang kegiatan lanjutan yang serupa di masa depan.

4. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di SMAN 1 Tualang pada 21 Mei 2025 berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital dan pemahaman siswa tentang kewirausahaan berbasis digital. Dari total 39 siswa yang mengikuti pelatihan, sebanyak 69,2% (27 siswa) menyatakan sangat puas terhadap pelatihan, sementara 25,6% (10 siswa) menyatakan puas. Sebelum pelatihan, hanya 46,1% (18 siswa) yang memiliki pemahaman tinggi tentang kewirausahaan, namun setelah pelatihan meningkat menjadi 94,9% (37 siswa) yang menyatakan paham dan sangat paham. Selain itu, 97,4% (38 siswa) menyatakan tertarik untuk mengikuti pelatihan lanjutan dari Politeknik Caltex Riau. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan yakni kombinasi teori, praktik desain konten menggunakan Canva, dan diskusi interaktif efektif dalam mendorong peningkatan pemahaman siswa terhadap materi, serta memperkuat minat mereka dalam bidang pemasaran digital dan kewirausahaan. Keterlibatan mahasiswa juga memberikan kontribusi dalam mengaplikasikan pengetahuan serta membantu suksesnya jalan acara.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada SMAN 1 Tualang atas dukungan dan partisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Terima kasih juga disampaikan kepada siswa-siswi kelas XI yang telah antusias mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, serta pihak sekolah yang telah memberikan fasilitas dan waktu. Penghargaan yang setinggi-tingginya juga disampaikan kepada Politeknik Caltex Riau yang telah memberikan dukungan pendanaan dan pendampingan dalam pelaksanaan program ini. Tak lupa, apresiasi diberikan kepada tim dosen dan mahasiswa yang telah terlibat sebagai pemateri dan asisten instruktur, yang telah membantu menyukseskan kegiatan ini dengan penuh dedikasi dan semangat kolaboratif. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat jangka panjang bagi peserta dan menjadi langkah awal dalam membangun literasi digital dan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda.

Daftar Pustaka

- [1] D. A. Pratiwi, "Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Toko Pakaian Anak Amanda Fashion," *J. Ris. Manaj. dan Bisnis*, vol. 1, no. 3, pp. 103–114, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.cic.ac.id/index.php/jurminsi/article/view/185/0>

- [2] S. Nugroho, “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk,” *J. Nas. Manaj. dan Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 15–22, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/175>
- [3] K. Arisetyawan, “Sosialisasi Digital Marketing UMKM dalam Optimalisasi Potensi Ekonomi Desa,” *Int. J. Community Serv. Learn.*, vol. 7, no. 2, pp. 239–247, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJCSL/article/view/84705>
- [4] C. and R. Lifia A. and Febriana, P., “Pemanfaatan Digital Marketing dan Branding Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Mrs. Snackket,” *J. Abdimas Ilm. Citra Bakti*, vol. 5, no. 2, pp. 521–528, 2024, [Online]. Available: <https://jurnalilmiahcitrabakti.ac.id/jil/index.php/jailcb/article/view/3537>
- [5] D. A. and Y. Rismawati A. S., “Pendampingan Digital Marketing Melalui Platform Media Sosial pada KM Aluminium,” *Martabe J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 10, pp. 3707–3714, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/8679>
- [6] P. C. Riau, “Rencana Induk Penelitian,” Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M), Pekanbaru, 2022.
- [7] A. Valentina, S. Suryaningsih, W. Pangestoeti, G. Y. Yahya, and D. Rolisti, “Pelatihan Digital Marketing Dalam Rangka Penguatan Kapasitas UMKM Desa E kang Anculai,” *Khidm. J. Community Serv.*, vol. 1, no. 1, pp. 46–57, 2024, doi: 10.31629/khidmat.v1i1.6972.
- [8] R. B. Endra, A. P. Redaputri, H. Dunan, Aprinisa, and A. Handayani, “Pelatihan Design dengan Canva untuk UMKM Sebagai Sarana Promosi Produk di Desa Ganjar Asri Metro,” *J. Pengabd. UMKM*, vol. 3, no. 1, pp. 32–38, 2024, [Online]. Available: <https://jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu/article/download/54/55>
- [9] P. and J. Madona J., “Pelatihan Dasar Internet of Things (IoT) Sebagai Usaha Peningkatan Kompetensi Teknologi Bagi Siswa Pesantren Darussalam,” *JITER-PM (Jurnal Inov. Terap. - Pengabd. Masyarakat)*, vol. 3, no. 1, pp. 9–18, 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jiter-pm/article/view/6475/2248>
- [10] S. H. and E. Marpaung E. and Salsabila, Z., “Pemanfaatan Teknologi dalam Konteks Komunikasi Bisnis Mahasiswa Informatika,” *JITER-PM (Jurnal Inov. Terap. - Pengabd. Masyarakat)*, vol. 2, no. 4, pp. 43–50, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jiter-pm/article/view/6477>
- [11] S. and H. Sarwindah H. and Marini, M. and Yusnia, Y., “Peningkatan Kompetensi Digital Marketing dan Marketplace bagi Peserta Didik SMK Negeri 5 Pangkalpinang melalui Pelatihan Terpadu,” *J. Pengabd. Mandiri*, vol. 3, no. 11, pp. 1073–1078, 2024, [Online]. Available: <https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/8992>
- [12] F. and S. Wibowo A. A. and Ramahdan, N. F. and Khasanah, A. U., “Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Teknologi pada Amal Usaha Muhammadiyah dan Aisyiyah di Karanganyar,” *Penamas J. Community Serv.*, vol. 4, no. 2, pp. 423–434, 2024, [Online]. Available: <https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/penamas/article/download/1422/485>
- [13] S. and K. Hidayati A. and Riski, R. and Arif, M. Z. and Rahmatullah, R. and Salsabilla, A. N., “Pelatihan Desain Poster Menggunakan Canva Bagi Siswa SMA Negeri 1 Surabaya,” *J. Pendidik. Teknol. dan Kejuru.*, vol. 30, no. 2, pp. 123–130, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.pnc.ac.id/index.php/madani/article/view/1708>