



Digital Marketing Counseling to Encourage Entrepreneurial Spirit in High School Students at Nurul Ihsan Islamic Boarding School

Fadillah¹, Adit Kurniawan², Eliya Agustin Eka Putri³, Rahmah Suci Wulandari⁴

Management, Economics and Business, Universitas Pamulang, Indonesia

E-Mail: dosen02197@unpam.ac.id

Abstract

Digital marketing counseling is a strategic initiative to foster entrepreneurial spirit among senior high school students at Pondok Pesantren Nurul Ihsan in the digital era. This Community Service Program conducted by Universitas Pamulang students aims to equip participants with fundamental knowledge and skills in online marketing, including social media usage, creative content development, SEO, and digital marketing strategies. The program applies a participatory approach through lectures, practical sessions, and collaborative business projects involving marketing campaign design. Evaluation results indicate increased student interest, understanding, and ability to develop effective digital marketing strategies. This initiative is expected to empower students to utilize digital platforms to start and grow competitive businesses independently.

Keyword: *Digital Marketing Conseling, High School Students, Entrepreneurship.*

Abstrak

Penyuluhan digital marketing merupakan upaya strategis untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa SMA Pondok Pesantren Nurul Ihsan di era digital. Program PKM oleh mahasiswa Universitas Pamulang ini bertujuan membekali siswa dengan pengetahuan dan keterampilan dasar pemasaran online, seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten kreatif, SEO, dan strategi pemasaran digital. Kegiatan dilakukan secara partisipatif melalui penyampaian materi, praktik langsung, serta proyek kolaboratif berupa perancangan kampanye bisnis. Evaluasi menunjukkan peningkatan minat, pemahaman, dan kemampuan siswa dalam menyusun strategi pemasaran digital. Program ini diharapkan mampu mendorong siswa memanfaatkan teknologi untuk memulai dan mengembangkan usaha secara mandiri dan kompetitif.

Kata kunci: *Penyuluhan Digital Marketing, Siswa SMA, Kewirausahaan.*

INTRODUCTION

Digital Marketing adalah serangkaian aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui media digital untuk mempromosikan produk atau jasa. Konsep dasarnya berfokus pada penggunaan data dan teknologi untuk memahami perilaku konsumen, memungkinkan perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran mereka. Melalui berbagai teknik dan *platform*, seperti media sosial, mesin pencari, email, dan website, digital marketing memberikan cara yang lebih efektif untuk menjangkau *audiens* target. Dengan analisis data, perusahaan dapat mengidentifikasi preferensi konsumen dan mengoptimalkan kampanye pemasaran agar lebih relevan dan menarik.

Pondok Pesantren Nurul Ihsan, sebagai lembaga pendidikan yang memiliki tujuan untuk mengembangkan keterampilan dan karakter siswa dalam berbagai aspek kehidupan, memiliki kesempatan besar untuk mendorong jiwa kewirausahaan siswa melalui program penyuluhan *digital marketing*. Program ini bertujuan untuk memperkenalkan dan membekali siswa dengan pengetahuan serta keterampilan dasar dalam digital marketing, yang akan memberikan mereka wawasan tentang cara memanfaatkan *platform* digital untuk mempromosikan dan mengembangkan usaha mereka.

Melalui penyuluhan ini, diharapkan siswa dapat memahami pentingnya pemasaran digital dalam dunia usaha modern, mengenal berbagai alat dan teknik yang dapat digunakan, serta memiliki semangat untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka sendiri. Dengan demikian, diharapkan program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital siswa, tetapi juga mendorong mereka untuk memiliki jiwa kewirausahaan yang kreatif, inovatif, dan mandiri.

LITERATURE REVIEW

Digital Marketing

Digital marketing adalah suatu pendekatan pemasaran yang menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau layanan. Dalam perkembangannya, *digital marketing* mencakup berbagai *platform* dan strategi yang melibatkan internet, media sosial, mesin pencari, aplikasi, dan perangkat lainnya. Seiring dengan kemajuan teknologi, *digital marketing* menjadi komponen penting dalam kegiatan bisnis modern.

Digital marketing dapat didefinisikan sebagai semua upaya pemasaran yang dilakukan menggunakan perangkat elektronik dan internet. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa *digital marketing* melibatkan pemasaran yang mengintegrasikan teknologi dengan komunikasi dan interaksi langsung dengan konsumen melalui kanal digital.

Komponen Digital Marketing Terdapat berbagai komponen yang membentuk *digital marketing*, antara lain:

1. Search Engine Optimization (SEO): Strategi untuk meningkatkan peringkat situs web di mesin pencari seperti Google, dengan tujuan untuk menarik lebih banyak pengunjung organik.
2. Search Engine Marketing (SEM): Pemasaran yang melibatkan iklan berbayar di mesin pencari, seperti Google Ads.
3. Social Media Marketing (SMM): Penggunaan *platform* media sosial untuk berinteraksi dengan konsumen dan mempromosikan produk atau layanan.
4. Content Marketing: Pengembangan dan distribusi konten yang relevan dan menarik untuk menarik dan mempertahankan *audiens*.
5. Email Marketing: Penggunaan email untuk mengirimkan pesan promosi kepada pelanggan.
6. Affiliate Marketing: Menggunakan mitra atau afiliasi untuk mempromosikan produk atau layanan dengan imbalan komisi.
7. Influencer Marketing: Kolaborasi dengan individu yang memiliki pengaruh di media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan.
8. Online Public Relations (PR): Membangun citra dan reputasi perusahaan melalui pengelolaan hubungan dengan media online dan *audiens*.

Penyuluhan *Digital Marketing* Untuk Siswa SMA

Penyuluhan tentang *digital marketing* untuk siswa SMA menjadi sangat relevan di era digital saat ini. Pemahaman mengenai *digital marketing* bukan hanya bermanfaat bagi pelaku bisnis, tetapi juga bagi generasi muda yang akan memasuki dunia profesional. Sebagai bagian dari pendidikan yang terus berkembang, mengajarkan *digital marketing* pada siswa SMA dapat memberikan mereka keterampilan yang berguna untuk masa depan, baik dalam dunia kerja maupun untuk memulai usaha mereka sendiri.

Peran *Digital Marketing* dalam Pendidikan bagi Siswa SMA yang diajarkan tentang *digital marketing* memiliki kesempatan untuk memahami pentingnya teknologi dalam dunia pemasaran. Pemahaman ini akan sangat berguna ketika mereka memasuki dunia profesional atau memilih untuk menjadi pengusaha muda. *Digital marketing* memungkinkan perusahaan untuk menjangkau *audiens* lebih luas dengan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pemasaran tradisional. Bagi siswa, pengetahuan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman mereka tentang dunia bisnis, tetapi juga memperkenalkan mereka pada berbagai karir yang dapat mereka tekuni di masa depan, seperti *social media manager*, *SEO specialist*, atau *digital content creator*.

Peran Wirausaha Dalam Mendorong Jiwa Kewirausahaan

Wirausaha adalah individu yang memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang usaha, menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha untuk menghasilkan nilai tambah. Menurut Schumpeter (1934), seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi dan perubahan dalam pasar. Sementara itu, jiwa kewirausahaan merujuk pada sifat atau karakteristik individu yang memiliki motivasi,

keinginan untuk mengambil risiko, kreativitas, dan kemampuan untuk berpikir serta bertindak secara mandiri dalam menjalankan usaha.

Peran wirausaha dalam mendorong jiwa kewirausahaan sangat besar, karena mereka tidak hanya memberikan contoh yang nyata, tetapi juga membagikan pengetahuan dan pengalaman yang berharga. Pendidikan kewirausahaan yang dibimbing oleh para wirausaha dapat membantu membangun keterampilan dan karakteristik yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Melalui teladan, pelatihan, inovasi, dan pengembangan jaringan, wirausaha berperan aktif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang dapat menggerakkan perekonomian dan menciptakan lapangan kerja.

Fungsi dan Tugas *Digital Marketing* dalam Mendorong Jiwa Kewirausahaan.

A. Fungsi *Digital Marketing* dalam Mendorong Jiwa Kewirausahaan

1. Memperluas Jangkauan Pasar: *Digital marketing* memungkinkan wirausahawan untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Melalui *platform* digital seperti website, media sosial, dan aplikasi *e-commerce*, wirausaha dapat memasarkan produk atau layanan mereka kepada konsumen global.
2. Meningkatkan Akses ke Peluang Bisnis: *Digital marketing* membuka akses ke berbagai peluang bisnis yang sebelumnya mungkin sulit dijangkau. Misalnya, melalui pemasaran konten, pengusaha dapat menarik perhatian audiens yang tertarik dengan produk atau layanan mereka melalui artikel blog, video, atau infografis.
3. Membantu Membangun Citra Merek dan Kepercayaan: Dalam kewirausahaan, membangun citra merek yang kuat dan mendapatkan kepercayaan konsumen adalah kunci keberhasilan. *Digital marketing* memungkinkan wirausahawan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen melalui media sosial, email, dan *platform* lainnya.

B. Tugas Digital Marketing dalam Mendorong Jiwa Kewirausahaan

1. Menyusun Strategi Pemasaran yang Terintegrasi: Tugas pertama *digital marketing* adalah membantu wirausahawan dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang terintegrasi. Ini termasuk pemilihan *platform* yang tepat (seperti media sosial, situs web, dan email), pembuatan konten yang relevan, serta penggunaan teknik SEO dan SEM untuk memaksimalkan visibilitas dan menarik konsumen yang tepat.
2. Pemasaran Melalui Media Sosial: Media sosial merupakan salah satu elemen penting dalam *digital marketing*. Wirausahawan dapat menggunakan media sosial untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan menyebarkan informasi tentang produk atau layanan mereka. Penggunaan *platform* seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sangat efektif untuk menjangkau audiens muda dan menciptakan pengikut yang setia.

3. Mempromosikan Inovasi dan Kreativitas: *Digital marketing* mendorong wirausahawan untuk berpikir kreatif dalam memasarkan produk mereka. Dengan berbagai *platform* yang ada, wirausahawan dapat memanfaatkan video, gambar, dan konten lainnya untuk menyampaikan pesan secara menarik.
4. Mengelola Kampanye Iklan Berbayar: Salah satu tugas utama *digital marketing* adalah membantu wirausahawan mengelola kampanye iklan berbayar yang efektif. Dengan *platform* seperti Google Ads dan iklan media sosial, wirausahawan dapat menjalankan iklan yang sangat terarah, memastikan bahwa mereka menjangkau *audiens* yang tepat dengan pesan yang relevan.

Tinjauan pustaka ini menunjukkan bahwa Peran *Digital Marketing* bagi Siswa SMA memiliki kesempatan untuk memahami pentingnya teknologi dalam dunia pemasaran. Pemahaman ini akan sangat berguna ketika mereka memasuki dunia profesional atau memilih untuk menjadi pengusaha muda. *Digital marketing* memungkinkan perusahaan untuk menjangkau *audiens* lebih luas dengan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pemasaran tradisional. Bagi siswa, pengetahuan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman mereka tentang dunia bisnis, tetapi juga memperkenalkan mereka pada berbagai karir yang dapat mereka tekuni di masa depan.

METHODS

Metode pelaksanaan program penyuluhan ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif, yaitu dengan melibatkan siswa SMA Pondok Pesantren Nurul Ihsan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini bertujuan agar siswa tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga mampu memahami dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam konteks kewirausahaan berbasis digital. Adapun tahapan-tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

- a. Metode Presentasi, yaitu metode penyampaian materi penyuluhan melalui presentasi menggunakan media *PowerPoint* (PPT) yang ditampilkan dengan bantuan proyektor dan laptop. Materi yang disampaikan berfokus pada pengenalan konsep dasar *digital marketing*, pemanfaatan media sosial, pembuatan konten kreatif, serta strategi pemasaran digital dalam mendukung kegiatan kewirausahaan. Tema yang diangkat dalam kegiatan ini adalah “Penyuluhan Digital Marketing untuk Mendorong Jiwa Kewirausahaan di SMA Pondok Pesantren Nurul Ihsan”. Metode ini bertujuan untuk memberikan pemahaman awal secara sistematis dan mudah dipahami oleh siswa.
- b. Metode Diskusi dan Tanya Jawab, yaitu metode yang dilaksanakan setelah sesi pemaparan materi selesai. Pada tahap ini, siswa diberikan kesempatan untuk berdiskusi dan mengajukan pertanyaan terkait materi yang telah disampaikan. Hasil dari metode ini menunjukkan bahwa masih terdapat siswa yang belum sepenuhnya memahami pentingnya *digital marketing* dalam mendukung kegiatan usaha. Namun, melalui diskusi dan tanya jawab, siswa mulai menyadari bahwa *digital marketing* memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing produk serta membuka peluang usaha di era digital.

- c. Metode Simulasi dan Pendampingan Praktik, yaitu metode yang digunakan untuk memberikan kesempatan kepada siswa agar dapat mempraktikkan secara langsung materi *digital marketing* yang telah dipelajari. Dalam metode ini, siswa dibimbing untuk merancang strategi pemasaran sederhana, seperti menentukan media sosial yang tepat dan membuat konsep promosi produk. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat berperan sebagai pendamping yang membantu siswa apabila mengalami kendala selama proses praktik. Metode simulasi ini digunakan sebagai tolak ukur untuk mengetahui sejauh mana pemahaman siswa terhadap materi yang telah disampaikan serta untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa dalam menerapkan *digital marketing* dalam kegiatan kewirausahaan.

RESULTS

Hasil observasi dan *Focus Group Discussion* (FGD) menunjukkan bahwa penyuluhan *digital marketing* di SMA Pondok Pesantren Nurul Ihsan telah dilaksanakan dengan baik dan berhasil menarik minat siswa. Sesi-sesi yang dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam *digital marketing* menunjukkan hasil yang positif. Namun, terdapat beberapa kendala dalam penerapan materi yang harus diperhatikan, antara lain:

- a. Keterbatasan pemahaman siswa tentang konsep dasar *digital marketing*, yang dapat mempengaruhi kemampuan mereka dalam menerapkan pengetahuan tersebut.
- b. Kurangnya akses ke teknologi yang memadai, seperti perangkat komputer dan koneksi internet yang stabil, sehingga siswa mengalami kesulitan dalam praktik langsung.
- c. Minimnya dukungan dari pihak sekolah untuk mengintegrasikan *digital marketing* dalam kurikulum secara berkelanjutan, yang dapat membatasi pengembangan keterampilan siswa di masa depan.



Gambar 1. Foto penyerahan penghargaan

DISCUSSION

a. Sesi I (penyampaian Materi)

Pemateri : Fadillah, S.Kom., M.M
Kegiatan : Penyampaian materi dan Tanya jawab
Tema : Peran Strategis *Digital Marketing* dalam Mendorong Jiwa Kewirausahaan Siswa SMA Pondok Pesantren Nurul Ihsan

Dalam sesi ini, tantangan utama yang dihadapi siswa terkait *digital marketing* meliputi:

- a) Rendahnya partisipasi siswa dalam kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran digital, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang pentingnya *digital marketing* untuk kewirausahaan.
- b) Keterbatasan anggaran untuk program pelatihan lebih lanjut yang dapat mendukung pengembangan keterampilan digital siswa.
- c) Kurangnya pemahaman tentang integrasi antara aspek *digital marketing* dan strategi kewirausahaan, yang penting untuk menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan.

b. Sesi II (Pendamping Praktik Kewirausahaan yang dimiliki siswa)

Pemateri : Adit Kurniawan
Eliya Agustin eka Putri

Rahmah Suci Wulandari

Sesi ini berfokus pada pendampingan siswa dalam menerapkan konsep *digital marketing* dalam proyek kewirausahaan mereka. Pemateri memberikan bimbingan langsung dalam merancang kampanye pemasaran digital, serta menggunakan *platform* media sosial untuk mempromosikan produk yang mereka buat. Hasil dari sesi ini menunjukkan bahwa siswa mulai memahami cara menggunakan alat digital secara efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka. Namun, masih terdapat tantangan dalam hal akses teknologi dan sumber daya yang menjadi hambatan bagi siswa dalam menjalankan praktik secara mandiri.

Secara keseluruhan, penyuluhan *digital marketing* ini berhasil memberikan wawasan dan keterampilan dasar kepada siswa, meskipun terdapat beberapa kendala yang perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas program di masa mendatang. Diharapkan, dengan dukungan yang tepat, siswa dapat mengembangkan jiwa kewirausahaan yang kuat dan siap menghadapi tantangan yang semakin kompetitif.

CONCLUSION

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Penyuluhan *Digital Marketing* untuk Mendorong Jiwa Kewirausahaan Siswa SMA Pondok Pesantren Nurul Ihsan" telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Melalui penyuluhan ini, siswa mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep dan praktik *digital marketing*, yang merupakan keterampilan penting di era digital saat ini. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan siswa, tetapi juga mendorong mereka untuk mengembangkan keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam kegiatan kewirausahaan. Dampak positif dari penyuluhan ini terlihat dari meningkatnya motivasi dan jiwa kewirausahaan siswa, serta kemampuan mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 2. Foto penyerahan penghargaan

REFERENCES

- Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.
- Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.
- Hakim, L., Putri, I. S., Pasaribu, V. L. D., & Tobroni, M. (2026). Public Speaking for Teens: Sharpens Self-Confidence and Effective Communication Skills. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 28-35.
- Kushermanto, S., Pasaribu, V. L. D., & Aulia, N. M. (2026). Building Cooperation and Leadership Through Youth Team Building Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 36-43
- Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

- Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.
- Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Displin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.
- Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.
- Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.
- Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.
- Pasaribu, V. L., Yuniati, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.
- Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.
- Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).
- Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diyayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.
- Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen

- Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.
- Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.
- Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.
- Pasaribu, V. L. D., Adiputra, B., Oktaviani, D., & Ramdonih, F. (2026). Financial Health in the Digital Era: Gen Z Financial Literacy to Combat a Consumptive Lifestyle. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 66-70.
- Pasaribu, V. L. D., Rahmah, A., Fitri, L., & Rommadon, R. (2026). Digital Marketing as a Means of Career Opportunities and Entrepreneurship. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 52-58.
- Pasaribu, V. L. D., Saputra, B., Alayya, F., & Utami, R. D. (2026). Boosting Self-Confidence Through Public Speaking: A Youth Workshop. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 71-76.
- Pasaribu, V. L. D., Rahayu, A., Septianti, A., & Wirana, A. P. (2026). Measuring Digital Content and Campaign Activities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 44-51.
- Pasaribu, V. L. D., Fadilah, R., Purwanti, A., & Amelia, N. (2026). The Importance of Soft Skills for Teenagers in the Modern Era: Challenges and Opportunities. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 11-18.
- Pasaribu, V. L. D., Wijohandoko, T., Yanuarso, B. P., & Tumanggor, M. (2026). Optimizing Micro-Business Financial Management in Benda Baru Subdistrict Through Financial Management Training. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 01-10.
- Pasaribu, V. L. D., Anggelita, A. Y., Putri, A. N., Wiyadi, A., & Fatonah, D. (2026). Counseling on Cultivating an Entrepreneurial Spirit in the Digital Era. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1), 19-27.
- Pasaribu, V. L. D., Witjaksono, M. G., Khoerunnisa, D., & Maharani, N. (2026). Social Media Ethics at the Wisma Karya Bakti Orphanage. *Jurnal Masyarakat Sejahtera*, 1(1).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
- Kumar, V., Shah, D., & Gupta, S. (2016). The role of social media in enhancing consumer engagement. *Journal of Marketing Research*, 53(4), 517-530.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703-708.
- Frolova, E. A., Kuznetsov, M. V., & Polat, E. A. (2020). Digital marketing education for schoolchildren and students. *Journal of Education and Practice*, 11(25), 98-105.

- Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., & Jaafar, N. I. (2015). Social media and purchase intention: The case of Malaysian consumers. *Proceedings of the International Conference on Business and Economics*, 232-241.
- Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-597.
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Edward Elgar Publishing