



Langkah Bersama Intelektual
Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat (JIPM)
Homepage: <https://langkahbersama.id/index.php/jipm>
ISSN: 3123 - 3058 (Media Online)
Volume 2, No 4 Juni 2026 (Halaman 504-510)

**PENINGKATAN LITERASI PEMASARAN DIGITAL BAGI SISWA/I SMK DALAM
MENDUKUNG KEWIRAUSAHAAN MUDA**

Sandiya Rachmadityan¹, Ananda², Neneng Nurun Nisa³, Rika Amelia Al Jufri⁴, Fuadi⁵
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang, Kota
Serang, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email : sandiyadityan@gmail.com¹, nenengnurunnisap@gmail.com²,
anandaalipah76@gmail.com³, rika009966@gmail.com⁴, dosen03379@unpam.ac.id⁵

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan peningkatan literasi pemasaran digital bagi siswa/i SMK Negeri 8 Pandeglang dalam mendukung kewirausahaan muda di era digital. Sebagai institusi pendidikan kejuruan, SMK Negeri 8 Pandeglang memiliki peran penting dalam membekali siswa dengan keterampilan pemasaran digital yang relevan dengan perkembangan teknologi dan dunia usaha saat ini. Oleh karena itu, penting bagi siswa untuk memahami konsep pemasaran digital, penggunaan media sosial, strategi promosi online, serta pemanfaatan platform digital sebagai sarana pengembangan usaha sejak usia remaja. Melalui program literasi pemasaran digital, siswa diharapkan mampu memahami cara mempromosikan produk atau jasa secara efektif, kreatif, dan efisien menggunakan media digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari pihak sekolah serta siswa yang mengikuti program pelatihan pemasaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program literasi pemasaran digital yang terstruktur dan berkelanjutan mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan kewirausahaan. Selain itu, implementasi strategi pemasaran digital seperti penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, pengelolaan marketplace, dan komunikasi pemasaran online turut berkontribusi dalam membangun jiwa kewirausahaan siswa. Dengan kombinasi pemahaman teori dan praktik pemasaran digital, siswa SMK Negeri 8 Pandeglang mampu meningkatkan kreativitas, memperluas wawasan bisnis, serta mempersiapkan diri menjadi wirausahawan muda yang adaptif dan inovatif. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi institusi pendidikan lainnya untuk lebih memperhatikan pengembangan literasi digital dan kewirausahaan sebagai bagian penting dalam membentuk kompetensi siswa yang siap menghadapi tantangan dunia kerja dan bisnis di masa depan.

Kata kunci: Literasi Pemasaran Digital, Kewirausahaan Muda, Media Sosial, Digital Marketing, Siswa SMK

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of digital marketing literacy for students at SMK Negeri 8 Pandeglang in supporting young entrepreneurship in the digital era. As a vocational educational institution, SMK Negeri 8 Pandeglang plays a crucial role in equipping students with digital marketing skills relevant to current technological and business developments. Therefore, it is crucial for students to understand the concepts of digital marketing, the use of social media, online promotional strategies, and the use of digital platforms as a

Article History

Received: 18 Juni 2026
Reviewed: 26 Juni 2026
Published: 29 Juni 2026

**Copyright : Author
Publish by : JIPM**



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

means of business development from a young age. Through the digital marketing literacy program, students are expected to understand how to promote products or services effectively, creatively, and efficiently using digital media. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through interviews, observations, and documentation from the school and students participating in the digital marketing training program. The results show that a structured and sustainable digital marketing literacy program can improve students' understanding and skills in utilizing digital technology for entrepreneurial activities. In addition, the implementation of digital marketing strategies such as the use of social media, promotional content creation, marketplace management, and online marketing communications also contribute to building students' entrepreneurial spirit. By combining an understanding of digital marketing theory and practice, students at SMK Negeri 8 Pandeglang are able to enhance their creativity, broaden their business horizons, and prepare themselves to become adaptive and innovative young entrepreneurs. This research recommends that other educational institutions focus more on developing digital literacy and entrepreneurship as a crucial component in developing student competencies ready to face the challenges of the future workplace and business world.

Keywords: *Digital Marketing Literacy, Young Entrepreneurship, Social Media, Digital Marketing, SMK Students*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Literasi merupakan proses pembelajaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu dalam menghadapi berbagai tantangan kehidupan. Dalam konteks pendidikan, literasi tidak hanya terbatas pada kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, mengelola, dan memanfaatkan informasi secara efektif, termasuk literasi digital yang saat ini menjadi kebutuhan utama di era perkembangan teknologi. Pengembangan kemampuan diri menjadi salah satu aspek penting yang perlu dimiliki siswa agar mampu beradaptasi dengan perubahan zaman serta persaingan global yang semakin kompetitif, khususnya dalam bidang kewirausahaan berbasis digital.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan lembaga pendidikan yang mempersiapkan siswa agar memiliki kompetensi dan kesiapan kerja maupun berwirausaha setelah menyelesaikan pendidikan. Siswa SMK tidak hanya dituntut memiliki kemampuan teknis sesuai bidang keahlian, tetapi juga perlu mengembangkan literasi pemasaran digital seperti kemampuan menggunakan media sosial, memahami strategi promosi online, serta mengelola konten digital untuk mendukung aktivitas kewirausahaan. Kemampuan tersebut sangat dibutuhkan dalam dunia usaha modern karena dapat membantu siswa dalam memasarkan produk, membangun brand, serta menjangkau konsumen secara lebih luas.

Menurut berbagai kajian, literasi digital memiliki peran penting dalam membentuk kemampuan adaptasi siswa terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Penguasaan literasi pemasaran digital dapat mendukung pengembangan jiwa kewirausahaan, kreativitas, serta kemampuan inovasi dalam menciptakan peluang usaha. Keseimbangan antara keterampilan teknis dan literasi digital dapat membantu siswa lebih siap menghadapi persaingan di dunia usaha dan industri yang semakin berbasis teknologi. Pengembangan literasi ini dapat dilakukan melalui pembelajaran interaktif, praktik langsung, pelatihan digital marketing, serta kegiatan kewirausahaan berbasis proyek yang melibatkan siswa secara aktif.

Kurangnya pemahaman siswa mengenai pentingnya literasi pemasaran digital dan kewirausahaan masih menjadi salah satu permasalahan yang ditemukan di

lingkungan sekolah. Sebagian siswa masih belum memahami potensi digital yang dapat dimanfaatkan untuk berwirausaha, kurang percaya diri dalam memasarkan produk secara online, serta belum memiliki gambaran strategi dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kesiapan siswa dalam membangun usaha mandiri setelah lulus sekolah.

Kewirausahaan merupakan proses penting yang membantu individu dalam mengembangkan ide, kreativitas, serta kemampuan dalam menciptakan peluang usaha. Perencanaan dan pengembangan kewirausahaan sejak dini dapat membantu siswa menentukan arah usaha yang sesuai dengan minat dan potensi diri sehingga memiliki kesiapan mental, keterampilan, dan strategi dalam menghadapi dunia usaha yang kompetitif, khususnya di era digital.

SMK Negeri 8 Pandeglang merupakan salah satu sekolah yang mempersiapkan siswa agar siap menghadapi dunia kerja dan dunia usaha di era perkembangan industri digital. Namun demikian, beberapa siswa masih belum memahami pentingnya literasi pemasaran digital sebagai bekal dalam mengembangkan kewirausahaan muda. Oleh karena itu, kegiatan edukasi diperlukan untuk memberikan pemahaman kepada siswa mengenai pemanfaatan media digital, strategi pemasaran online, serta penguatan jiwa kewirausahaan sejak dini.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan tema literasi pemasaran digital bagi siswa/i SMK Negeri 8 Pandeglang dalam mendukung kewirausahaan muda. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, pengembangan usaha, serta peningkatan kreativitas dan kemandirian agar siswa lebih siap menjadi wirausaha muda di masa depan.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan kondisi siswa di SMK Negeri 8 Pandeglang, ditemukan permasalahan berupa kurangnya pemahaman siswa mengenai pentingnya literasi pemasaran digital dalam mendukung kewirausahaan muda. Sebagian siswa masih belum memahami cara memanfaatkan media digital untuk promosi produk, kurang mampu menyusun strategi pemasaran online yang efektif, serta belum memiliki kepercayaan diri dalam memasarkan produk melalui platform digital. Selain itu, siswa juga belum sepenuhnya menyadari potensi kewirausahaan berbasis digital sebagai peluang usaha di era modern. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini dirancang untuk menjawab permasalahan tersebut, yaitu bagaimana literasi pemasaran digital dapat meningkatkan pemahaman siswa dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran, mengembangkan kemampuan strategi promosi online, serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan muda yang kreatif, inovatif, dan siap bersaing di era digital.

3. Tujuan Kegiatan

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa mengenai pentingnya literasi pemasaran digital dalam mendukung kewirausahaan muda sejak dini. Kegiatan ini juga bertujuan membantu siswa meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan media digital untuk promosi produk, menyusun strategi pemasaran online yang efektif, serta mengembangkan kreativitas dalam pembuatan konten digital. Selain itu, kegiatan ini bertujuan memberikan pemahaman kepada siswa mengenai pentingnya kewirausahaan berbasis digital agar lebih siap dalam membangun usaha mandiri dan bersaing di era ekonomi digital.

4. Manfaat Kegiatan

Kegiatan PKM ini memberikan manfaat bagi siswa dalam meningkatkan pemahaman mengenai literasi pemasaran digital sebagai bekal dalam mengembangkan kewirausahaan muda. Siswa juga memperoleh kemampuan dalam memanfaatkan media digital untuk promosi produk, meningkatkan kreativitas dalam pembuatan konten pemasaran, serta mengembangkan keterampilan dalam menyusun strategi pemasaran

online yang efektif. Selain itu, kegiatan ini membantu menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa agar lebih percaya diri dalam memulai dan mengembangkan usaha di era digital. Kegiatan ini juga memberikan manfaat bagi pihak sekolah dalam mendukung pengembangan kompetensi kewirausahaan siswa melalui pembelajaran yang relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan dunia usaha saat ini.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan edukasi interaktif yang berfokus pada literasi pemasaran digital dan pengembangan kewirausahaan muda siswa SMK. Pendekatan tersebut disusun berdasarkan temuan bahwa sebagian siswa SMK masih memiliki keterbatasan dalam pemahaman pemanfaatan media digital untuk pemasaran produk, kurangnya kemampuan dalam menyusun strategi promosi online, serta belum optimal dalam mengembangkan ide usaha berbasis digital.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi secara langsung menggunakan media PowerPoint (PPT). Materi yang diberikan mencakup pengenalan literasi pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta strategi dasar digital marketing seperti pembuatan konten, branding, dan cara menjangkau target pasar secara online. Selain itu, materi juga menekankan pengembangan kewirausahaan muda melalui pemanfaatan teknologi digital agar siswa mampu mengembangkan ide usaha secara kreatif dan inovatif.

Penyampaian materi disusun secara sistematis mulai dari pengenalan literasi pemasaran digital, strategi pemasaran online, hingga pengembangan kewirausahaan berbasis digital. Susunan tersebut digunakan agar siswa memperoleh pemahaman yang runtut serta mampu mengaitkan antara pemanfaatan media digital dengan peluang usaha yang dapat dikembangkan di era ekonomi digital.

Sesi tanya jawab dan diskusi interaktif dilaksanakan setelah penyampaian materi. Pada sesi ini, siswa menyampaikan pertanyaan terkait cara memasarkan produk melalui media sosial, kesulitan dalam membuat konten promosi, serta strategi dalam memulai usaha kecil berbasis digital. Diskusi difokuskan pada permasalahan nyata yang dialami siswa sehingga materi dapat dikaitkan langsung dengan kondisi dan kebutuhan peserta dalam mengembangkan kewirausahaan muda.



Gambar 1. Sesi Tanya Jawab peserta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang bertujuan meningkatkan literasi pemasaran digital bagi siswa/i SMK telah dilaksanakan melalui beberapa

tahapan, yaitu penyampaian materi, sesi diskusi interaktif, praktik penggunaan platform digital, serta evaluasi pemahaman peserta. Materi yang diberikan mencakup konsep dasar pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, strategi pembuatan konten yang menarik, pengenalan marketplace, serta teknik membangun identitas merek (branding) bagi usaha yang dirintis oleh generasi muda. Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari tingkat partisipasi siswa dalam sesi tanya jawab, diskusi kelompok, maupun praktik langsung dalam membuat konten promosi digital. Sebagian besar peserta mengaku telah menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, namun belum memahami cara memanfaatkannya secara optimal sebagai media pemasaran dan pengembangan usaha.



Gambar 2. Foto Bersama Peserta

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa literasi pemasaran digital memiliki peran penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan siswa SMK. Kemampuan memahami dan memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu kompetensi yang sangat dibutuhkan di era ekonomi digital saat ini. Melalui pelatihan yang diberikan, siswa memperoleh wawasan baru mengenai bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk menciptakan peluang usaha serta memperluas jangkauan pemasaran produk. Peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan menunjukkan bahwa metode pelatihan yang mengombinasikan penyampaian teori dan praktik langsung mampu meningkatkan efektivitas pembelajaran. Pendekatan ini memungkinkan peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman dalam mengaplikasikan strategi pemasaran digital pada situasi nyata.

Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran menjadi salah satu materi yang paling diminati peserta. Hal ini disebabkan karena platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari generasi muda. Dengan pemahaman yang tepat, media sosial dapat diubah dari sekadar sarana hiburan menjadi alat yang produktif untuk membangun usaha dan meningkatkan penjualan produk. Kegiatan ini juga memberikan pemahaman kepada siswa mengenai pentingnya personal branding dan branding produk. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan menciptakan identitas produk yang kuat dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan membedakan produk dari para pesaing. Oleh karena itu, penguasaan keterampilan branding menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan usaha yang dijalankan oleh wirausahawan muda.

Selain itu, pelatihan pemasaran digital mendorong tumbuhnya motivasi berwirausaha pada peserta. Setelah memperoleh pengetahuan mengenai peluang bisnis berbasis digital, siswa menjadi lebih percaya diri untuk memulai usaha sendiri. Kemudahan akses terhadap platform digital memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk menjalankan bisnis dengan modal yang relatif terjangkau serta jangkauan pasar yang lebih luas. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala yang ditemukan selama pelaksanaan kegiatan. Beberapa peserta masih memiliki keterbatasan dalam penguasaan teknologi digital tertentu dan belum memiliki pengalaman dalam

mengelola usaha secara mandiri. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan lanjutan agar kemampuan yang telah diperoleh dapat terus berkembang dan diterapkan secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi siswa SMK dalam bidang pemasaran digital. Peningkatan literasi digital yang diperoleh peserta diharapkan mampu menjadi bekal dalam mengembangkan usaha mandiri, meningkatkan daya saing di dunia kerja, serta menciptakan generasi wirausaha muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar modern.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) tentang peningkatan literasi pemasaran digital bagi siswa/i SMK telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pemasaran digital, pemanfaatan media sosial untuk promosi, pembuatan konten pemasaran, serta pentingnya branding dalam pengembangan usaha. Melalui penyampaian materi dan praktik langsung, peserta memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dapat diterapkan dalam kegiatan kewirausahaan.

Peningkatan literasi pemasaran digital juga mendorong tumbuhnya minat dan motivasi siswa untuk mengembangkan usaha berbasis teknologi. Dengan bekal yang diperoleh, siswa diharapkan lebih siap menghadapi perkembangan dunia usaha digital serta mampu meningkatkan daya saing sebagai calon wirausahawan maupun tenaga kerja di masa depan.

Untuk memaksimalkan manfaat kegiatan, diperlukan pendampingan dan pelatihan lanjutan agar kemampuan pemasaran digital peserta terus berkembang. Pihak sekolah diharapkan dapat mendukung penguatan kewirausahaan digital melalui kegiatan pembelajaran, praktik bisnis, maupun program ekstrakurikuler yang relevan. Selain itu, siswa perlu terus mengembangkan kemampuan mereka dengan mengikuti perkembangan teknologi dan tren pemasaran digital. Kerja sama antara sekolah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha juga perlu ditingkatkan agar pembinaan kewirausahaan digital dapat berlangsung secara berkelanjutan dan memberikan manfaat yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., Fitriyah, A., Supriatna, A., Wahyudi, A. D., Rosaeti, L., Gulo, Y. N., & Taufik, R. (2025). Membangun Generasi Mandiri: Kombinasi Pendidikan Keuangan dan Pengembangan SDM di MA Al-Ulya Al Mubarak. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(4), 551-557.
- Andreas M. Kaplan & Michael Haenlein. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Arianto, I. P., Jasmine, V., Riska, R., Salsabila, M. A., & Alfiansyah, P. (2025). SOSIALISASI PELATIHAN MICROSOFT EXCEL BERBASIS VISUAL (DASHBOARD) UNTUK MENINGKATAN KOMPETENSI SISWA SMK NURUL HUDA BAROS. *BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(12), 1153-1157.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
- Darma Jata, A. A. G., & Triana, H. Kamaludin.(2024). ProBisnis: Jurnal Manajemen Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Mandiri, Tbk Divisi e-Channel Operation. Lembaga Riset, Publikasi, Dan Konsultasi Jonhariono, 15(6), 231-241.
- Jasmine, V. J., Arianto, I. P., Damayanti, M. F., Azzahra, R., & Boetillah, E. (2025). EDUKASI MENTAL HEALTH AWARENESS SEBAGAI UPAYA MOTIVASI PENINGKATAN KESIAPAN KERJA SISWA SMK NURUL HUDA BAROS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 77-84.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Latif, L., Kamaludin, K., & Sunarto, A. (2024). Ketahanan Berwirausaha, Daya Hidup Ukm Dan Keberlangsungan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Untuk Menciptakan Sdm Yang Unggul. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, 4(2), 81-89.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing dalam usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1-17.
- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 10(1), 45-56.
- Solihin, A., & Triana, H. (2024). Sosialisasi Pentingnya Pemahaman Fungsi Manajemen Untuk Pengelolaan SDM Pada UKM Di Desa Sasahan. *Amanah Mengabdi*, 1(1), 93-96.
- Sukasih, A. S., & Awalia, N. (2025). PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL 5.0 UNTUK MENINGKATKAN SUMBER DAYA MANUSIA SERTA KOMPETENSI SISWA SMAN 1 JAWILAN. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 5(3), 21-30.
- Taufik, R., Dewi, M. W., Laksana, M. W., Febriani, A. A., & Muthmainnah, M. (2025). EDUKASI MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN PRIBADI UNTUK MENGHINDARI PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA SMK 1 CIRUAS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 62-69.
- Taufik, R., Triani, R. A., Herlambang, R., Aprida, S., & Apriyana, R. (2025). PELATIHAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI (HPP) DALAM USAHA KECIL UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA SMK 1 CIRUAS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 70-76.
- Triana, H., & Permadi, B. (2025). Pengarahan Dan Sosialisasi Menumbuhkan Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Negeri 2 Kota Serang. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(11), 51-60.
- Triana, H., & Permadi, B. (2025). Pengarahan Dan Sosialisasi Pengelolaan Sumber Daya Manusia SDM di Era Digital Pada Karang Taruna Di Kelurahan Serang, Serang, Banten. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(11), 71-80.
- Triana, H., & Rahmawati, I. (2025). Level Up Your Future, Strategi Sukses Mengembangkan Soft Skills & Hard Skills Sejak Dini Pada Siswa SMA N 6 Cipocok. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 5(5), 11-20.
- Triana, H., Solihin, A., & Munandar, S. A. (2025). Pelatihan Dasar-Dasar Kepemimpin Dalam Organisasi Pada Ikatan Remaja Masjid Daarul Falaah Kelurahan Pamulang Timur Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(11), 21-30.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. SAGE Publications.
- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan implikasinya pada keunggulan bersaing UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Literasi digital dan kewirausahaan generasi muda. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(2), 123-134

