

Pendampingan Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Mahasiswa dalam Menggunakan *Marketplace* Untuk Menumbuhkan Jiwa Wirausaha

Aditiya Pratama Nugroho¹⁾, C. Tri Widiastuti²⁾,
Adelia Sandra Swastika Putri³⁾, Liyandri Rasbina Tarigan⁴⁾
Universitas PGRI Semarang

¹⁾aditiyapratama@upgris.ac.id ²⁾ctriwidiastuti@upgris.ac.id

³⁾adeliasandra@upgris.ac.id ⁴⁾liyandriertarigan@upgris.ac.id

Abstrak. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa dalam menggunakan *marketplace* sebagai sarana untuk menumbuhkan jiwa wirausaha. Pengembangan keterampilan kewirausahaan menjadi semakin penting seiring dengan perubahan dinamis di dunia kerja dan ekonomi *digital*. Solusi yang diberikan oleh Tim PKM yaitu dengan memberikan pelatihan praktis kepada mahasiswa agar mampu memanfaatkan *platform marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak untuk memulai dan mengelola usaha mereka sendiri. Metode pelaksanaan kegiatan yaitu a) observasi untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mahasiswa terkait *marketplace*, b) sosialisasi, c) pelaksanaan kegiatan, e) evaluasi yaitu dengan melakukan *pre dan post test*. Hasil kegiatan PKM mahasiswa mampu menyerap ilmu pengetahuan dengan baik sehingga mengalami peningkatan pemahaman terkait *marketplace* dan mampu menumbuhkan jiwa wirausaha.

Kata kunci: *Marketplace*, Mahasiswa, Wirausaha

Abstract. *This community service aims to increase students' knowledge and skills in using the marketplace as a means to foster an entrepreneurial spirit. The development of entrepreneurial skills is becoming increasingly important along with dynamic changes in the world of work and the digital economy. The solution provided by the PKM Team is to provide practical training to students so that they can utilize marketplace platforms such as Tokopedia, Shopee, and Bukalapak to start and manage their businesses. The method of implementing activities is by a) observation to find out the problems faced by students related to the marketplace, b) socialization, c) implementation of activities. and d) evaluation, namely by conducting pre and post-tests. The results of PKM activities students can absorb knowledge well so that they experience an increase in understanding related to the marketplace and can foster an entrepreneurial spirit.*

Keywords: *Marketplace, Students, and Entrepreneurs*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan *marketplace* di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh pesatnya adopsi teknologi *digital* dan perubahan perilaku konsumen menuju belanja online. Platform seperti Tokopedia, Shopee,

dan Bukalapak menjadi pilihan utama mahasiswa untuk membeli berbagai kebutuhan sehari-hari, mulai dari produk fashion hingga elektronik¹. Bagi mahasiswa, pengetahuan tentang cara kerja dan pemanfaatan *marketplace* sangat penting dalam konteks modern ini. Dengan memahami dinamika *marketplace*, mahasiswa dapat memanfaatkannya sebagai sarana untuk berwirausaha, mengembangkan keterampilan pemasaran *digital*, dan meraih peluang ekonomi baru². Selain itu, kemampuan berjualan di *marketplace* memberikan pengalaman praktis yang berharga dalam manajemen bisnis, analisis data penjualan, serta pengembangan strategi pemasaran yang efektif. Pengetahuan dan keterampilan ini tidak hanya memperkaya kompetensi individu, tetapi juga mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era ekonomi *digital*, sekaligus menumbuhkan jiwa wirausaha yang inovatif dan adaptif.

Layanan konsumen di *marketplace* merupakan elemen penting yang harus dikuasai oleh mahasiswa yang ingin berhasil dalam bisnis online. memastikan bahwa kebutuhan dan harapan pelanggan terpenuhi dengan efektif. Layanan konsumen yang responsif dan profesional dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang positif. Selain itu, layanan konsumen yang unggul dapat memperkuat reputasi perusahaan, mengurangi kemungkinan keluhan atau masalah yang tidak terselesaikan, dan memberikan keuntungan kompetitif dalam pasar yang kompetitif. Dengan kata lain, investasi dalam layanan konsumen yang berkualitas dapat menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan kesuksesan bisnis jangka panjang.

Kemampuan memberikan layanan pelanggan yang responsif dan profesional dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif pada penjualan dan reputasi toko³. Layanan yang cepat dan tepat dalam menangani keluhan atau permintaan pelanggan membuat mereka merasa dihargai dan diutamakan, yang pada gilirannya menciptakan pengalaman positif⁴. Pelanggan yang puas cenderung kembali untuk

¹ Ade Andri Hendriadi, Betha nurina Sari, and Tesa Nur Padilah, "Pelatihan *Digital Marketing* Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang," *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2019): 120–25, <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>.

² Selly Septiani, Asep Suryadi, and Andi Romansyah, "Pemanfaatan *Marketplace* Dalam Upaya Menciptakan Peluang Bisnis *Digital*," *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 20–24, <https://doi.org/10.32699/sorot.v1i2.2923>.

³ Edy Yulianto Putra et al., "Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dan Promosi Umkm La Sano Life Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Angka Penjualan," *Abdi Wina Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 31, <https://doi.org/10.58300/abdiwina.v2i1.257>.

⁴ Susilaningsih Susilaningsih, "Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi: Pentingkah Untuk Semua Profesi?," *Jurnal Economia* 11, no. 1 (2015): 1, <https://doi.org/10.21831/economia.v11i1.7748>.

berbisnis dan merekomendasikan layanan kepada orang lain, sehingga memperkuat hubungan jangka panjang dan membangun basis pelanggan yang setia.

Mahasiswa perlu memahami cara berkomunikasi dengan pelanggan secara efektif, menangani keluhan dengan cepat dan tepat, serta memberikan solusi yang memuaskan. Penggunaan bahasa yang sopan dan ramah, serta ketepatan dalam memberikan informasi terkait produk dan pengiriman, sangat berpengaruh dalam membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, mahasiswa juga perlu familiar dengan alat bantu layanan pelanggan yang tersedia di platform *marketplace*, seperti fitur *chat*, *review*, dan *rating*, untuk memonitor dan meningkatkan kualitas layanan⁵. Dengan menguasai keterampilan ini, mahasiswa tidak hanya mampu menjaga hubungan baik dengan pelanggan, tetapi juga mengembangkan kemampuan interpersonal dan manajemen yang berharga untuk masa depan mereka sebagai wirausaha⁶.

Hasil survey yang dilakukan terhadap mahasiswa Universitas PGRI Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Semester 2 menunjukkan bahwa mahasiswa masih sedikit yang tertarik untuk menjadi wirausaha dikarenakan kurangnya pengetahuan dan keterampilan menggunakan *marketplace* untuk memulai berjualan secara *online*. Sehingga penting diberikan wawasan dan keterampilan dasar dalam menggunakan *marketplace*⁷ untuk menumbuhkan jiwa wirausaha. Keterampilan ini merupakan aspek krusial yang harus dikuasai oleh mahasiswa yang ingin sukses dalam berwirausaha online⁸. Foto produk yang menarik dan berkualitas tinggi mampu menarik perhatian calon pembeli dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang dijual. Mahasiswa perlu memahami teknik dasar fotografi seperti pencahayaan, komposisi, dan pengeditan gambar agar dapat menghasilkan foto yang profesional. Keterampilan ini sangat penting bagi mahasiswa untuk memberikan wawasan bahwa untuk menciptakan suatu produk dan jasa diperlukan keterampilan yang mumpuni

⁵ Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, and Aniek Indrawati, "Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM," *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2020): 137–48, <https://doi.org/10.31537/dedication.v4i2.362>.

⁶ Hendriadi, Sari, and Padilah, "Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang."

⁷ Alvan Fathony et al., "PKM Edukasi Praktik Transaksi Online Shop Sistem Dropship Dalam Perspektif Hukum Islam Di Pondok Pesantren Rofiatul Islam Desa Sentong Kecamatan Krejengan Kabupaten Probolinggo," *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 158–67, <https://doi.org/10.51339/khidmatuna.v4i2.1431>.

⁸ Rachmat Suryadithia et al., "Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Desa Kota Batu Bogor," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming* 4, no. 3 (2021): 333–38, <https://doi.org/10.30591/japhb.v4i3.2475>.

agar bisa memberikan ciri khas unik pada produk yang akan dijual⁹, tidak hanya bagaimana mendapatkan keuntungan besar, namun diharapkan dengan keterampilan tersebut mampu dapat mengkomunikasikan, memperkenalkan dan memberi kesan baik terhadap target pasar yang dituju.

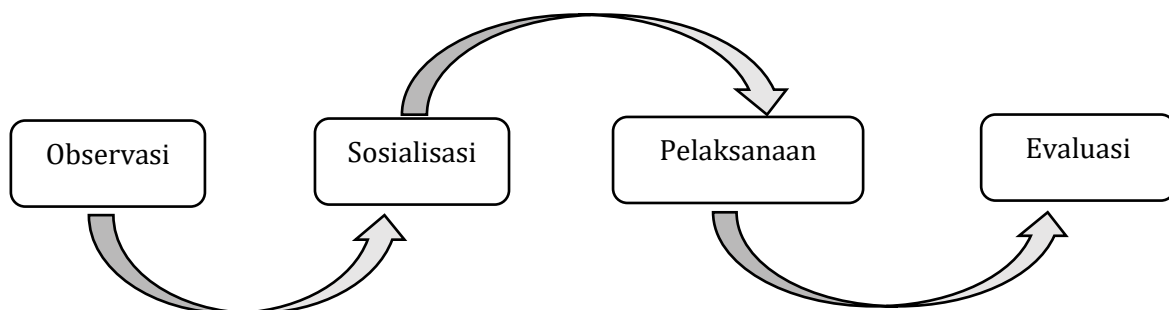
Selain itu, keterampilan membuat iklan yang efektif juga sangat penting. Mahasiswa harus mampu merancang deskripsi produk yang informatif dan menarik, menggunakan kata kunci yang tepat, serta menyusun strategi pemasaran yang kreatif di platform *marketplace*. Penguasaan teknik-teknik ini tidak hanya membantu meningkatkan penjualan, tetapi juga memberikan pengalaman praktis dalam bidang pemasaran *digital*. Dengan mengasah keterampilan ini, mahasiswa dapat memaksimalkan potensi bisnis mereka di *marketplace*, menciptakan brand yang kuat, dan berkompetisi secara efektif di pasar yang semakin kompetitif. Keterampilan mendasar lainnya yang harus dimiliki oleh mahasiswa adalah layanan konsumen, hal ini terkait bagaimana sebagai penyedia produk dan jasa dapat memberikan layanan prima kepada konsumen.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa dalam menggunakan *marketplace* sebagai sarana untuk menumbuhkan jiwa wirausaha. Dalam konteks pendidikan tinggi, pengembangan keterampilan kewirausahaan menjadi semakin penting seiring dengan perubahan dinamis di dunia kerja dan ekonomi *digital*. Solusi dari permasalahan yang dihadapi mahasiswa Tim PKM akan memberikan pelatihan praktis kepada mahasiswa agar mereka mampu memanfaatkan *platform marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak untuk memulai dan mengelola usaha mereka sendiri. Melalui pendekatan berbasis praktikum dan mentoring, mahasiswa diberikan pemahaman mendalam tentang cara mendaftarkan produk, strategi pemasaran *digital*, analisis kompetitor, hingga manajemen keuangan dan logistik di *marketplace*. Urgensi kegiatan PkM dengan mitra PkM mahasiswa semester 2 memberikan pengetahuan kepada mahasiswa yang ingin melakukan wirausaha agar mempunyai pengetahuan yang baik tentang strategi pemasaran dan penjualan yang efektif untuk menarik pelanggan. Disamping itu mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam menjalankan bisnis secara efisien.

⁹ Aditiya Pratama Nugroho, D C Kuswardani, and Adijati Utaminingsih, "The Role of Brand Personality : Dimensions of Online Customer Review on Online Booking Intention at Star Hotels in Malang City" 6, no. November (2023): 8737-45.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada tanggal 20 Juni 2024 dengan melibatkan 30 peserta. Kegiatan dilaksanakan dalam beberapa tahap yang mencakup: 1) observasi, melakukan survey, identifikasi kondisi dan permasalahan yang dihadapi mitra. 2) sosialisasi, mensosialisasikan solusi dari permasalahan yang dihadapi mitra. 3) pelaksanaan, tim Pengabdian melakukan kegiatan sesuai rencana yang telah disusun. Kegiatan utama yaitu dengan memberikan materi tentang *marketplace* dan konsep-konsep kewirausahaan yang bertujuan menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa secara langsung dan dilanjutkan dengan diskusi. 4) evaluasi, keberhasilan program diukur melalui kuesioner yang dibagikan kepada mitra untuk membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program. Alur kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat disajikan pada Gambar 1. Berdasarkan survei dan hasil wawancara mahasiswa semester 2 FEB UPGRIS Semarang, diketahui bahwa *marketplace* dan kewirausahaan mempunyai hubungan yang sangat erat. Oleh karena itu diperlukan pengetahuan yang baik terkait dengan *marketplace* sehingga mahasiswa termotivasi untuk melakukan wirausaha.



Gambar 1. Alur Kegiatan PKM

Tim PKM memberikan solusi dengan meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang *marketplace* dan manfaatnya. Tujuan kegiatan PKM dengan pengetahuan yang diberikan maka jiwa kewirausahaan dapat tumbuh dan membantu mahasiswa untuk mengembangkan berbagai keterampilan penting seperti inovasi, kreativitas, kepemimpinan, manajemen waktu, dan keterampilan komunikasi.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM memberikan dampak yang signifikan bagi mahasiswa khususnya dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai *marketplace* sehingga dapat memotivasi dalam menumbuhkan jiwa wirausaha. Kegiatan PKM dilakukan dengan ceramah tentang *marketplace*. Kegiatan ceramah disajikan pada Gambar 2 dan 3. *Marketplace* menyediakan platform untuk menjual produk atau layanan kepada konsumen potensial yang tersebar luas secara geografis. *Marketplace* membantu pelaku usaha untuk melakukan inovasi produk sesuai kebutuhan pasar.

Gambar 1
Penyampaian Materi oleh Tim PKM



Di samping itu pelaku usaha dapat mempromosikan dan memasarkan produk dengan biaya yang sangat murah. *Marketplace* dan kewirausahaan saling melengkapi, kewirausahaan memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan teoritis ke dalam dunia nyata. Bagi mahasiswa kegiatan PKM ini tidak hanya meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang konsep bisnis, tetapi juga membantu mahasiswa memahami tantangan dan peluang yang ada¹⁰.

Kewirausahaan memberikan platform bagi mahasiswa untuk mengembangkan dan menguji ide-ide yang muncul walaupun dengan sumber daya yang terbatas, yang memerlukan kreativitas dalam pengembangan solusi. Melalui kegiatan ini: 1) mahasiswa mampu memperoleh pengetahuan dan memahami bahwa *marketplace* tidak hanya mempengaruhi cara pelaku usaha menjalankan usahanya, tetapi juga mempengaruhi cara konsumen membeli

¹⁰ Fathony et al., "PKM Edukasi Praktik Transaksi Online Shop Sistem Dropship Dalam Perspektif Hukum Islam Di Pondok Pesantren Rofiatul Islam Desa Sentong Kecamatan Krejengan Kabupaten Probolinggo."

barang dan jasa¹¹. Hal Ini membuat pelaku usaha selalu beradaptasi dengan preferensi dan perilaku belanja yang berubah-ubah¹².

Gambar 2
Peserta Pelatihan



2) program ini berhasil meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai konsep berwirausaha. Konsep ini sangat relevan dalam membekali mahasiswa dengan keterampilan dan pemikiran. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang kewirausahaan, mahasiswa dapat lebih siap menghadapi tantangan dunia bisnis, mengidentifikasi peluang pasar, mengembangkan strategi inovatif dan kewirausahaan¹³. 3) mitra dalam hal ini mahasiswa menunjukkan pemahaman tentang *marketplace* dan kewirausahaan dengan lebih baik. 4) ada peningkatan pemahaman bahwa memulai usaha tidak selalu membutuhkan skill atau kompetensi khusus. Kesadaran ini penting untuk menginspirasi mahasiswa yang mungkin merasa kurang percaya diri karena keterbatasan keterampilan¹⁴.

Evaluasi kegiatan dengan membagikan kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan dilakukan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan yang dilakukan yaitu sejauh mana penerimaan pengetahuan yang diberikan. Disamping itu juga untuk mengetahui peningkatan pengetahuan mahasiswa terkait dengan *marketplace* untuk menumbuhkan jiwa

¹¹ Cholilawati and Dewi Suliyanthini, "Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19," *Equilibrium: Jurnal Pendidikan* 9, no. 1 (2022): 18–24, <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium/index>.

¹² Firmansyah Andi Amran Asriadi and Nailah Husain, "Sosialisasi Dan Pemanfaatan *Marketplace* Sebagai Media E-Commerce Dalam Promosi Produk Unggulan Pertanian Di Desa Mamampang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkmm)* 4, no. 4 (2023): 3515–20.

¹³ Maria Augustine Graciafernandy and Laurene Istiyawari, "Studentpreneurship: Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Pada Generasi Z," *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 7, no. 2 (2024): 843, <https://doi.org/10.62411/ja.v7i2.2075>.

¹⁴ Dinar Mustofa et al., "Pelatihan Penggunaan Market Place Sebagai Media Pemasaran Online Di Paguyuban Tanaman Hias Desa Ciberem Untuk Memperluas Pemasaran Di Era Pandemi," *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2021): 45–49, <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v1i1.230>.

kewirausahaan. Hasil dari kuesioner sebelum kegiatan dan sesudah kegiatan di sajikan pada Tabel 1 dan Gambar 3. Berdasarkan hasil pembagian kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang ditampilkan pada Tabel 1 dan Gambar 3, terdapat perubahan yang signifikan dalam pemahaman mitra terkait *marketplace* dan pemahaman terkait modal dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi seorang wirausahawan.

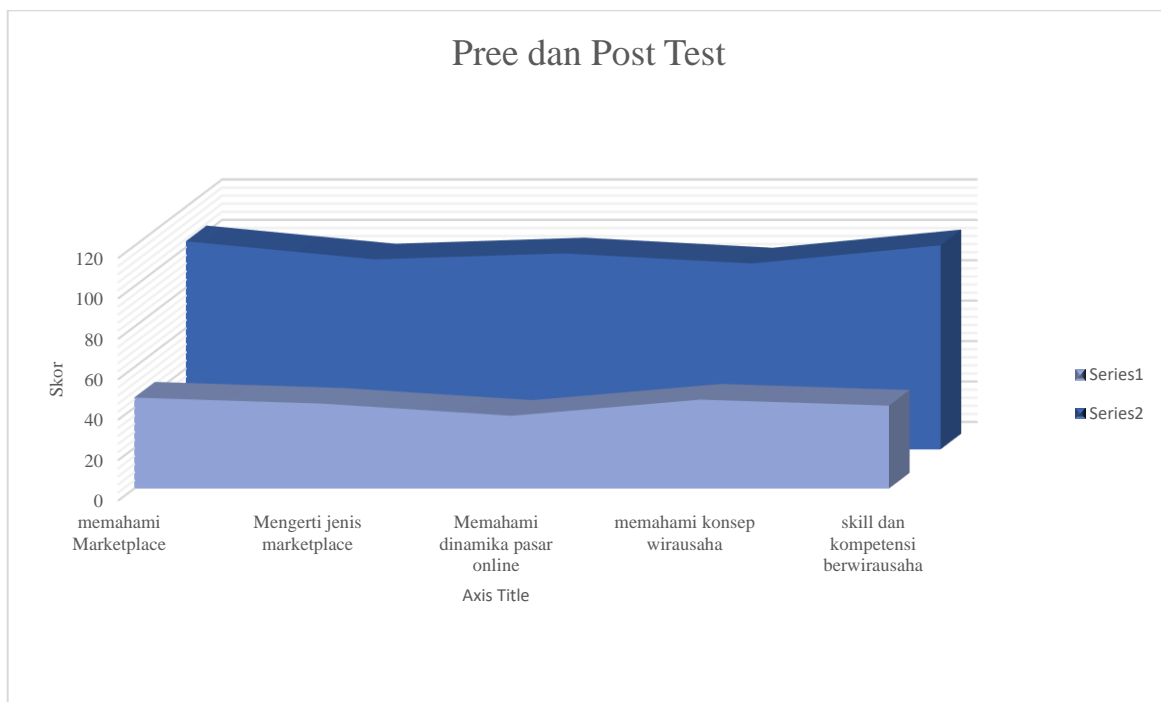
Tabel 1. Rekap Kuesioner Pree dan Post Test

Indikator	Pra PKM	Pasca PKM
Memahami <i>Marketplace</i>	45	103
Mengerti jenis <i>marketplace</i>	42	94
Memahami dinamika pasar online	36	97
Memahami konsep wirausaha	44	92
Skill dan pengetahuan foto produk yang menarik, penggunaan iklan dan layanan konsumen	41	101

Sebelum kegiatan PKM, mahasiswa sebagai responden kurang memahami terkait dengan *marketplace* namun setelah kegiatan pemahaman mahasiswa mengalami peningkatan. Program ini berhasil memberikan wawasan dan pengetahuan praktis yang diperlukan untuk mengoperasikan dan memanfaatkan *marketplace* secara efektif, sehingga mereka menjadi lebih terampil dan percaya diri dalam menggunakannya untuk tujuan wirausaha. yang cukup signifikan terkait dengan *marketplace*¹⁵. Kondisi ini mampu memotivasi mahasiswa untuk meningkatkan skill dan kompetensi dalam berwirausaha¹⁶

¹⁵ Nuraida Wahyuni, Ade Irman Saeful Mutaqin S., and Akbar Gunawan, "Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon," *Jurnal Pengabdian Dinamika* 1, no. 6 (2019): 31–39, <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/Dinamika/article/viewFile/8758/5837>.

¹⁶ Melia Andayani, "Penyuluhan Motivasi Kewirausahaan Untuk Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat," *Suluh Abdi* 2, no. 1 (2020): 41, <https://doi.org/10.32502/sa.v2i1.2731>.



Gambar 3. Grafik Pree dan Post Test

Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan materi yang disampaikan selama PKM efektif dalam meningkatkan pemahaman mitra tentang konsep-konsep tersebut¹⁷. Namun demikian masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk memperkuat keyakinan mereka terkait modal dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi seorang wirausahawan.

SIMPULAN

Kegiatan PKM dilaksanakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mahasiswa dalam meningkatkan pemahaman tentang *marketplace* sehingga dapat menumbuhkan jiwa wirausaha. Manfaat yang diperoleh dari Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat disamping meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mahasiswa tentang *marketplace*, diharapkan juga dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan agar mahasiswa menjadi lebih sukses¹⁶ dan dapat memberikan kontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih inovatif, mandiri dan berkelanjutan

¹⁷ Ana Sofia Aryati, "Peningkatan Jiwa Entrepreneur Melalui Pelatihan Wirausaha Pada Pelajar SMK/ SMA" 4, no. 5 (2023): 328-36.

SARAN

Saran dalam pengembangan kegiatan berikutnya yakni dengan melakukan pendampingan dan pembinaan berkelanjutan yang lebih spesifik dalam menggunakan dan memanfaatkan *digital marketing* sehingga wawasan mahasiswa tentang berwirausaha semakin banyak dan tertarik untuk memulai berwirausaha sejak dini, kemudahan akses menjadi topik yang sangat menarik untuk disosialisasikan lebih dalam kedepannya, agar keterampilan mahasiswa semakin terasah, dan mampu menumbuh kembangkan usaha-usaha baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, Melia. "Penyuluhan Motivasi Kewirausahaan Untuk Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat." *Suluh Abdi* 2, no. 1 (2020): 41. <https://doi.org/10.32502/sa.v2i1.2731>.
- Andi Amran Asriadi, Firmansyah, and Nailah Husain. "Sosialisasi Dan Pemanfaatan Marketplace Sebagai Media E-Commerce Dalam Promosi Produk Unggulan Pertanian Di Desa Mamampang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKmn)* 4, no. 4 (2023): 3515–20.
- Aryati, Ana Sofia. "Peningkatan Jiwa Entrepreneur Melalui Pelatihan Wirausaha Pada Pelajar SMK/ SMA" 4, no. 5 (2023): 328–36.
- Cholilawati, and Dewi Suliyanthini. "Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19." *Equilibrium: Jurnal Pendidikan* 9, no. 1 (2022): 18–24. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium/index>.
- Fathony, Alvan, Nur Faizah, Putri Lailatun Andriani, Siti Maryam, and Syifa'ul Khairiyatil Ummah. "PKM Edukasi Praktik Transaksi Online Shop Sistem Dropship Dalam Perspektif Hukum Islam Di Pondok Pesantren Rofiatul Islam Desa Sentong Kecamatan Krejengan Kabupaten Probolinggo." *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 158–67. <https://doi.org/10.51339/khidmatuna.v4i2.1431>.
- Graciafernandy, Maria Augustine, and Laurene Istiyawari. "Studentpreneurship: Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Pada Generasi Z." *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 7, no. 2 (2024): 843. <https://doi.org/10.62411/ja.v7i2.2075>.
- Hendriadi, Ade Andri, Betha nurina Sari, and Tesa Nur Padilah. "Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang." *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2019): 120–25. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>.
- Mustofa, Dinar, Yusmedi Nurfaizal, Dola Innolda, and Nadilla Al Azhar. "Pelatihan Penggunaan Market Place Sebagai Media Pemasaran Online Di Paguyuban Tanaman Hias Desa Ciberem Untuk Memperluas Pemasaran Di Era Pandemi." *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2021): 45–49. <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v1i1.230>.
- Nugroho, Aditiya Pratama, D C Kuswardani, and Adijati Utaminingsih. "The Role of Brand Personality : Dimensions of Online Customer Review on Online Booking Intention at Star Hotels in Malang City" 6, no. November (2023): 8737–45.
- Putra, Edy Yulianto, Dennys Ng, Jhon Wilson, June Alvina, and Selina Ng. "Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dan Promosi Umkm La Sano Life Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Angka Penjualan." *Abdi Wina Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 31. <https://doi.org/10.58300/abdiwina.v2i1.257>.
- Septiani, Selly, Asep Suryadi, and Andi Romansyah. "Pemanfaatan Marketplace Dalam Upaya Menciptakan Peluang Bisnis Digital." *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 20–24. <https://doi.org/10.32699/sorot.v1i2.2923>.
- Suryadithia, Rachmat, Hilda Rachmi, Abdul Hamid, and Putie Maharani Basa. "Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Desa Kota Batu Bogor." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming* 4, no. 3 (2021): 333–38. <https://doi.org/10.30591/japhb.v4i3.2475>.

Susilaningsih, Susilaningsih. "Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi: Pentingkah Untuk Semua Profesi?" *Jurnal Economia* 11, no. 1 (2015): 1. <https://doi.org/10.21831/economia.v11i1.7748>.

Wahyuni, Nuraida, Ade Irman Saeful Mutaqin S., and Akbar Gunawan. "Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon." *Jurnal Pengabdian Dinamika* 1, no. 6 (2019): 31-39. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/Dinamika/article/viewFile/8758/5837>.

Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, and Aniek Indrawati. "Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM." *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2020): 137-48. <https://doi.org/10.31537/dedication.v4i2.362>.