



Pemberdayaan Masyarakat Desa Pesisir melalui Penggunaan Digital Marketing di Pulau Lembeh

Pradipta Mandasari Parasan^{1*}, Ferly Christian Kolinug², Supriyanto³

^{1,2,3}Universitas Negeri Manado

*Corresponding author: pradiptaparasan@unima.ac.id

Info Artikel

Direvisi 29 Juni 2025

Revisi diterima 31 Juli 2025

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pemberdayaan masyarakat di pesisir lirang pulau Lembeh, melalui penguatan kapasitas digital marketing bagi pelaku usaha lokal. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah rendahnya literasi digital masyarakat, terbatasnya akses pasar, serta minimnya pendampingan dan sinergi antar pihak. Sebagian besar pelaku usaha lokal belum memahami pemanfaatan digital marketing untuk pemasaran produk, sehingga usaha mereka kurang berkembang dan hanya bergantung pada pasar lokal. Solusi dari permasalahan akan di selesaikan dengan metode pendekatan andragogik yang meliputi pelatihan keterampilan digital marketing, dan sosialisasi pentingnya digital marketing. Kegiatan ini mampu meningkatkan keterampilan digital masyarakat untuk memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing produk lokal.

Kata Kunci: *Digital marketing; Pendapatan ekonomi keluarga; Pemberdayaan masyarakat;*

This is an open-access article under the [CC BY](#) license.



How to cite: Parasan, P. M., Kolinug, F. C., & Supriyanto. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Pesisir melalui Penggunaan Digital Marketing di Pulau Lembeh. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*, 4(3), 198-205, doi: <https://doi.org/10.56855/income.v4i3.1688>

1. Pendahuluan

1.1 Analisis Situasi

Pulau Lembeh terletak di pesisir kota Bitung, merupakan daerah dengan potensi sumber daya alam yang cukup melimpah terutama dalam bidang kelautan dan perikanan (Kaunang, Lalamentik, and Rondonuwu 2015; Pantouw, Ngangi, and Lolowang 2017). Sebagian

penduduknya berprofesi sebagai nelayan yang menggantungkan hidupnya dari hasil laut dan produk-produk olahan seperti ikan asin, dan kripik tuna. Sayangnya potensi ekonomi ini belum di manfaatkan secara optimal karena adanya keterbatasan dalam akses pasar, keterampilan manajerial, dan teknologi, serta infrastruktur seperti jalan yang terbatas.

Sebagian besar pelaku usaha di Pulau Lembeh masih menggunakan metode pemasaran konvensional dan masih tradisional seperti penjualan langsung ke pasar atau melalui tengkulak. Hal ini menyebabkan ketergantungan yang tinggi serta nilai jual produk menjadi lebih rendah karena masyarakat tidak langsung menjual pada konsumen akhir. Selain itu rendahnya literasi digital di kalangan masyarakat desa menyebabkan minimnya adaptasi terhadap teknologi digital yang sebenarnya dapat di manfaatkan untuk memperluas jangkauan pemasaran (Hariyanto et al. 2023).

Jangkauan pemasaran yang luas dapat di tingkatkan dan di manfaatkan melalui perkembangan zaman sekarang yang telah mengarah ke era digitalisasi (Albanjari and Syakarna 2022; Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing et al. 2024). Strategi pemasaran berbasis digital (*digital marketing*) menjadi sangat penting terutama dalam memasarkan produk lokal ke pasar yang lebih luas termasuk pasar nasional dan internasional (Kotler, P., & Keller 2016). *Digital marketing* memungkinkan pelaku usaha kecil untuk bersaing dengan lebih efektif melalui media sosial, platform *e-commerce*, dan strategi konten kreatif (Siregar 2024).

Namun, penerapan digital marketing di pulau Lembeh masih mengalami berbagai kendala, selain keterbatasan infrastruktur internet, masyarakat juga masih belum memiliki keterampilan teknis yang memadai dalam mengelola media sosial, membuat konten digital, atau memahami konsep *branding* produk (Lestari et al. 2024). Kurangnya pelatihan dan pendampingan menjadi faktor penghambat utama dalam proses transformasi digital desa (Koswara 2024).

Meskipun adanya faktor-faktor yang menghambat proses transformasi digital di desa, namun antusias dari masyarakat di pulau Lirang juga terlihat lewat generasi muda yang ada di desa dalam mempromosikan produk olahan lokal walaupun masih secara sederhana. Untuk itu terdapat peluang besar untuk pemberdayaan masyarakat yang dapat di lakukan di pulau Lembeh, dimana adanya potensi dan semangat untuk berkembang yang didukung oleh pelatihan, dan pendampingan serta sinergi antar pemerintah, akademisi, dan masyarakat, dapat menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi di pulau Lembeh (Mushonnif et al. 2025).

1.2 Solusi dan Target

Solusi yang di tawarkan dari permasalahan yang di hadapi adalah melakukan pelatihan dan pemberdayaan masyarakat desa pesisir melalui penggunaan digital marketing di pulau Lembeh khusnya di desa Lirang, akan di adakan pelatihan dan pembelajaran kepada masyarakat khususnya ibu-ibu dan pemuda selaku pelaku usaha agar dapat menggunakan media sosial sebagai media pemasaran, diharapkan juga melalui kegiatan ini media sosial digunakan terjadi peningkatan penjualan serta dapat meningkatkan pendapatan ekonomi dari peserta.

2. Metode Pengabdian

Penerapan andragogik dalam pelatihan pembelajaran kontekstual dan praktis materi disampaikan dengan mengaitkan langsung pada aktivitas sehari-hari masyarakat, seperti menjual hasil laut, kerajinan tangan, atau produk rumah tangga. Hal ini sejalan dengan prinsip bahwa orang dewasa lebih mudah belajar jika materi berhubungan langsung dengan kehidupan mereka (Castagnetti, Bhatta, and Greene 2021; Hutasuhut et al. 2023). Pembelajaran berbasis pengalaman, pelatihan di rancang interaktif di mana peserta diminta menceritakan pengalaman mereka dalam menjual produk secara konvensional, lalu dicocokan dengan peluang *digital marketing*.

Metode ini memberikan ruang refleksi dan integrasi antara pengalaman lama dengan pengetahuan baru (Merriam & Bierema, 2014). Peran Peserta sebagai Subjek, Bukan Objek Peserta dilibatkan secara aktif dalam proses belajar, seperti menentukan topik yang ingin dipelajari terlebih dahulu, serta memberi masukan terkait jadwal dan bentuk pelatihan. Ini mendorong rasa tanggung jawab dan keterlibatan emosional terhadap proses belajar (Hutasuhut et al. 2023).

Diskusi kelompok dan studi kasus pendekatan diskusi kelompok dan studi kasus digunakan untuk merangsang pemikiran kritis dan kolaborasi. Peserta diajak menganalisis contoh akun bisnis *online* sukses dari desa lain dan merancang strategi yang sesuai dengan kondisi lokal mereka (Purwanto et al. 2022). Penguatan Motivasi Intrinsik Motivasi belajar (Suharni and Purwanti 2019) masyarakat diperkuat dengan menunjukkan dampak langsung dari digital marketing terhadap peningkatan pendapatan. Ketika peserta melihat manfaat nyata, motivasi belajar tumbuh secara alami. Manfaat Pendekatan Andragogik Pendekatan ini menjadikan proses pelatihan lebih efektif, partisipatif, dan kontekstual. Masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan aktif sebagai pelaku transformasi digital. Hal ini mendorong tumbuhnya kesadaran kritis dan kemandirian belajar (Novianawati et al. 2025), yang merupakan elemen penting dalam keberlanjutan program pemberdayaan.

2.1 Tempat dan Waktu

Kegiatan Pemberdayaan Kepada Masyarakat di desa pesisir melalui penggunaan Digital Marketing di Pulau Lembeh di lakukan khususnya di Lirang, Kecamatan Lembeh Utara, Bitung. Lirang terletak di paling ujung utara pulau Lembeh perjalanan yang di lakukan menuju ke lokasi memerlukan alat transportasi darat dan laut, perjalanan ke Lirang di tunjukan pada Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan di Lakukan Pada Kamis 19 Juni 2025, Mulai Pukul 11.00 WITA sampai dengan selesai.

2.2 Khalayak Sasaran

Khayalak Sasaran dalam kegiatan Pemberdayaan Kepada Masyarakat Lirang Pulau Lembeh adalah ibu-ibu dan anak muda pelaku usaha di Lirang yang masih hanya melakukan pemasaran secara tradisional. Peserta yang hadir dalam kegiatan berjumlah total 25 Orang.

2.3 Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan yang dapat dicapai dalam kegiatan Pemberdayaan Kepada Masyarakat di desa Pesisir melalui Penggunaan Digital Marketing di Pulau Lembeh, Khususnya di Lirang, Kecamatan Lembeh Utara, Bitung. Dapat dilihat dari beberapa akses. Untuk yang pertama dapat dilihat pada tingkat kehadiran peserta yang hadir, partisipasi peserta yang hadir menjadi salah satu indikator keberhasilan kegiatan di mana peserta bersedia untuk meninggalkan aktivitasnya dan antusias untuk belajar mengenai penggunaan digital marketing.

Aspek yang kedua adalah pemahaman dari peserta mengenai penggunaan digital marketing, salah satunya dengan peserta dapat membuat akun media sosial sendiri untuk berjualan. Dan aspek yang ketiga keberhasilan kegiatan dapat dilihat dari pemahaman peserta akan materi yang tercermin dari saat sesi pembelajaran kelompok, dan sesi tanya jawab yang dilakukan.

2.4 Metode Evaluasi

Evaluasi dilakukan pada saat kegiatan akan berakhir, melalui wawancara yang dilakukan secara langsung kepada peserta, dengan menanyakan apakah kegiatan ini dapat membantu mereka dan dapat memberikan manfaat dalam keberlangsungan usaha yang telah mereka jalani maupun usaha yang baru akan dilakukan, dan pertanyaan mengenai apakah perlu keberlanjutan dari kegiatan ini seperti pendampingan lebih lanjut terkait media-media pemasaran digital.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan Materi "Pemberdayaan Masyarakat Desa Pesisir melalui penggunaan Digital Marketing" yang dilaksanakan di Lirang Pulau Lembeh di buat agar dapat membantu masyarakat dalam menambah pengetahuan dan keterampilan serta wawasan terhadap penggunaan digital marketing sebagai salah satu media pemasaran yang di era digital. Pelaksanaan Kegiatan dilakukan dengan observasi awal di lapangan melalui wawancara, dari hasil wawancara dengan masyarakat di temukan masalah dalam pemasaran produk.



Gambar 1. Perjalanan Menuju Lirang Pulau Lembeh

Sumber daya yang ada di lirang cukup melimpah karena posisi Lirang yang strategis berada di pesisir pantai sehingga banyak warga yang bekerja sebagai nelayan, hanya terbatas memasarkan produknya secara tradisional yaitu di pasar lokal. Padahal ada juga produk olahan yang sudah bisa di hasilkan oleh warga walaupun terbatas, akses pasar lokal yang jauh membuat proses pemasaran masih menjadi terkendala. Untuk itu dalam meningkatkan jumlah penjualan dan meningkatkan ekonomi keluarga, warga khususnya ibu-ibu dan pemuda sangat antusias untuk mengikuti kegiatan pemberdayaan. Setelah itu di tetapkan tanggal dan waktu pelaksanaan kegiatan, serta menetapkan proses pemberdayaan dan pembelajaran yang akan di laksanakan.

Selanjutnya pada tahap pelatihan di lakukan secara interaktif (Ansoriyah et al. 2023; Laurentin Carolin Tiara et al. 2023), materi yang di bawahkan dikemas secara sederhana agar dapat memudahkan peserta untuk dapat menyerap setiap materi yang di berikan, pembawaan materi juga di bawahkan secara non formal yaitu proses yang fleksibel, pendidikan non formal cocok di khususkan untuk orang dewasa (Ridwan et al. 2024) . Penyajian materi berlangsung selama satu jam, dan di lanjutkan dengan sesi tanya jawab yang interaktif, dengan materi yang mudah dipahami peserta menjadi lebih antusias untuk bertanya terkait materi yang di sajikan, yaitu di dalam nya di bahas tentang pentingnya pemasaran digital di era kemajuan teknologi (Alshaketheep 2019; Sri Astuti et al. 2024), manfaat dari pemasaran digital (Khairunisa and Misidawati 2024; Widita n.d.), alat utama yang di perlukan untuk pemasaran digital, serta langkah dasar untuk memulai. Dalam Gambar2. Di bawah adalah foto kegiatan pelatihan.



Gambar 2. Penyampaian Materi

Selanjutnya di lakukan pembagian kelompok, yang bertujuan untuk dilakukannya Diskusi kelompok dan studi kasus pendekatan diskusi kelompok dan studi kasus digunakan untuk merangsang pemikiran kritis dan kolaborasi (Fauziah Ainun Jariyah et al. 2024; Humairoh 2022; Widiastuti and Kania 2022). Peserta di berikan waktu untuk menganalisis keberhasilan di penggunaan akun bisnis online di desa lain. Kemudian peserta di arahkan untuk membuat akun media sosial yang yang paling sederhana untuk dapat langsung mempraktikan proses penjualan menggunakan media sosial. Peserta sangat antusias di bantu oleh mahasiswa dalam proses pembuatan akun media sosial. Dapat di lihat dari gambar 3. Dibawah.



Gambar 3. Diskusi Kelompok

Setelah itu Kegiatan yang di lakukan masuk pada tahap evaluasi. Evaluasi di laksanakan melalui wawancara, dengan mengukur tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatan melalui pertanyaan apakah kegiatan yang di lakukan memberikan manfaat kepada peserta? Dan apakah peserta memahami penggunaan dan pentingnya di *digital marketing* dalam proses pemasaran? Serta pertanyaan lebih lanjut seperti apakah masih perlu adanya keberlanjutan dari kegiatan ini melalui pendampingan penggunaan media-media pemasaran digital lainnya. Dari hasil wawancara diketahui bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat bagi peserta khususnya ibu-ibu dan pemuda dalam proses pemasaran, agar dapat meningkatkan pendapatan lewat pemasaran digital, serta membuka jangkauan pasar baru, tidak hanya terbatas pada pasar lokal, sehingga produk yang ingin mereka jual dapat lebih di kenal secara luas. Selanjutnya keberlanjutan program pengabdian akan di laksanakan pelatihan penggunaan media-media pemasaran digital tingkat lanjutan seperti Website toko online, dan Iklan Berbayar (FB ads, IG ads, Google ads).

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di lirang pulau lembeh dengan materi "pemberdayaan masyarakat desa pesisir melalui penggunaan digital marketing" adalah bagaimana pemberdayaan kepada masyarakat harus di lakukan walupun dengan jarak tempuh dan medan serta infrastuktur yang kurang memadai, namun kita harus terus berupaya membekali masyarakat dengan pengetahuan yang belum pernah mereka dapatkan sebelumnya. Hal ini di harapkan dapat membantu masyarakat agar lebih berdaya dan berkembang serta memahami bagaimana manfaat digital marketing dalam proses pemasaran, yang dapat membantu mereka berjualan walaupun dengan jarak yang jauh. Masyarakat diharapkan untuk dapat mengimplementasikan proses pembelajaran yang telah di pelajari, agar dapat memperluas akses pasar, serta dapat membantu meningkatkan pendapatan mereka lewat pemasaran digital.

Referensi

- Albanjari, Fatkhur Rohman, and Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna. 2022. "Strategi Pemasaran Berbasis Digital Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Berpinsip Syariah Islam 1* Fatkhur Rohman Albanjari, 2 Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna." *MUSYARAKAH: Journal of Sharia Economics (MJSE)* 2(2): 109–20. <https://seminar.umpo.ac.id/index.php/MUSYROKAH/article/view/6819>.

- Alshaketheep, Khaled (M.K) Ismail. 2019. "The Significant of Digital Marketing in the Recent Era." *Jetir* 6(8): 662–87. www.jetir.org.
- Ansoriyah, Siti, Sam Muchtar Chaniago, Hestiyani Parai, and Ines Nur Irawan. 2023. "Pelatihan Media Pembelajaran Interaktif Menggunakan Aplikasi Nearpod Dalam Mengembangkan Literasi Digital Bagi Guru Smp." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 7(5): 4459. doi:10.31764/jmm.v7i5.16942.
- Castagnetti, Francesca, Jagdish Bhatta, and Alexander Greene. 2021. "An Offering of Grain: The Agricultural and Spiritual Cycle of a Food System in the Kailash Sacred Landscape, Darchula, Far Western Nepal." *Frontiers in Sustainable Food Systems* 5(March). doi:10.3389/fsufs.2021.646719.
- Fauziah Ainun Jariyah, Martinihani Martinihani, Nasir Nasir, and Indrawan Pratama Razak. 2024. "Penerapan Diskusi Kelompok Dalam Meningkatkan Keaktifan Belajar Siswa Kelas X.2 Dalam Mata Pelajaran Sosiologi Di SMAN 4 Maros." *Jurnal Motivasi Pendidikan dan Bahasa* 2(1): 103–9. doi:10.59581/jmpb-widyakarya.v2i1.2665.
- Hariyanto, Susanti Aprilia Pipit, Hadjaat Michael, Wasil Muhammad, Dwita Agnes, and Susilawati. 2023. "Meningkatkan_Literasi_Teknologi_di_Masyarakat_Pede (1)." *Jurnal Abdimas Peradaban* 4(2): 12–19.
- Humairoh, Fitri. 2022. "Metode Pemb : Mengoptimalkan Pembelajaran Melalui Diskusi Kelompok: Strategi Dan Manfaatnya." *Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Riau*. 3. <https://osf.io/preprints/gax5n>.
- Hutasuhut, Fadly Halim, Ahmad Ahmad, Hardika Hardika, Latief Bustami, Zulkarnain Nasution, Endang Redjeki, Supriyono Supriyono, and Ranti Novianti. 2023. "Application of Andragogy in Community Empowerment to Fulfill the Educational Needs of Children with Disabilities Through a Field School Approach." *KOLOKIUM Jurnal Pendidikan Luar Sekolah* 11(3): 922–29. doi:10.24036/kolokium.v11i3.749.
- Kaunang, Steven Ch, L T X Lalamentik, and Ari B Rondonuwu. 2015. "KONDISI DAN STATUS PENGELOLAAN TERUMBU KARANG DI PULAU LEMBEH KOTA BITUNG (Condition and the State of Coral Reef Management in Lembeh Island Waters of Bitung City)." 3(2): 79–89. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/platax>.
- Khairunisa, Ajeng Nisa, and Dwi Novaria Misidawati. 2024. "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Indonesia." *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 3(1): 184–90.
- Koswara, Asep. 2024. "Digitalisasi Ekonomi Di Pedesaan: Mengkaji Kesenjangan Infrastruktur Digital Di Indonesia." *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* 5(3): 180. doi:10.36722/jaiss.v5i3.3407.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson Education Limited. https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/S3D7W4_Marketin g_Management.pdf.
- Laurentin Carolin Tiara, Herlyta Ryzki Lestari, Cintya Dwi Nur Kholifah, Reynald Fakhrul Fakhriza Zulfi, and Mochammad Isa Anshori. 2023. "Pelatihan Dan Pengembangan Berbasis Digital: Implementasi Pembelajaran Daring, Platform Pelatihan Interaktif, Dan Teknologi Simulasi Dalam Pengembangan Karyawan." *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan* 1(4): 359–79. doi:10.58192/wawasan.v1i4.1384.

- Lestari, Indra, Iriyani Astuti Arief, Muh Ishak Syahadat, La Taya, La Ode Efrianto, Amin Tunda, and Muhamad Djufri Rachim. 2024. "Pelatihan Digital Marketing: Meningkatkan Pertumbuhan Bisnis Mahasiswa Program Studi Ilmu Politik Fisip Universitas Halu Oleo Di Era Teknologi." 5: 109–20. doi:10.52423/ANOA.V2I2.XXXX.
- Mushonnif, Mushonnif, Adam Hafidz Al Fajar, Mudfainna Mudfainna, and Syamraeni Syamraeni. 2025. "Inovasi Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Agrowisata: Studi Kasus Kampung Flory, Sleman." *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Pedesaan)* 7(2): 143–54. doi:10.35791/agrirud.v7i2.61673.
- Novianawati, Noor, Nur Afifah Abduh, Nanda Aulia Qurotul Aeni, Nova Hervianti Putri, Nia Khairunnisa, Mirsyadi Ikhsan, and Mohammad Fachri Al Zikri. 2025. "Pemberdayaan Komunitas Lingkungan Hidup Sekolah Adiwiyata Melalui Kegiatan Pengolahan Sampah Organik Menjadi Ekoenzim." *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement* 4(2): 119–29. doi:10.56855/income.v4i2.1447.
- Pantouw, Silke, Charles R. Ngangi, and Tommy F Lolowang. 2017. "Evaluation of Minapolitan Developmental Program Implementation with CIPP Model." *Agri-SosioEkonomi Unsrat* 13(November): 95–118.
- Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing, Strategi, Irena Dinar Vania Sasikirana, Aulia Safira Dewi, Queena Aurora Khayzuran, Sabrina Puspa Firdausy, Denny Oktavina Radianto, Jl Teknik Kimia, Kec Sukolilo, and Jawa Timur. 2024. "Program Studi D4 Manajemen Bisnis, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya." *Bisnis dan Akuntansi* 3(2): 166–77. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2092>.
- Purwanto, Ainun Rahmah, Muhammad Zuhriyanto, and Nidjo Sandjojo. 2022. "Perancangan Sistem Informasi Program Approval Request (Par) Berbasis Web Pt Mitra Sejuk Selaras (Mss)." *ISTA Online Technologi Journal* 3(1): 63–76. doi:10.62702/ion.v3i1.54.
- Ridwan, Muhamad Alisalman, Saraka, Sri Wahyuni, Hepy Tri Winarti, and Mustangin. 2024. "Pengembangan Masyarakat Melalui Pendidikan Keterampilan Menanam Sayur Skala Rumah Tangga Di Kelurahan Teluk Lerong Ilir." *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5(2): 1425–30.
- Siregar, Akhmad Irwansyah. 2024. "Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital: Kajian Konseptual." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 24(3): 2921. doi:10.33087/jiubj.v24i3.5678.
- Sri Astuti, Bela Hemalia Putri, Firli Agustini, and Indratni Khair. 2024. "Pentingnya Penerapan Digital Marketing Dalam Proses Memajukan UMKM Di Daerah Jakarta Selatan." *MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat* 2(4): 48–56. doi:10.61132/mengabdi.v2i4.783.
- Suharni, Suharni, and Purwanti Purwanti. 2019. "Upaya Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik." *G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling* 3 1(3): 97–104.
- Widiastuti, W, and W Kania. 2022. "Penerapan Metode Diskusi Untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Dan Pemecahan Masalah." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia* 3(2): 259–64. doi:10.17509/jpei.v3i2.50746.
- Widita, Anindya. "Manfaat Digital Marketing Bagi Brand – Public Relations." <https://binus.ac.id/malang/public-relations/2022/12/14/manfaat-digital-marketing-bagi-brand/> (September 2, 2025)