

---

---

## **PENINGKATAN LITERASI BISNIS DAN KETERAMPILAN KEWIRAUSAHAAN DI DAERAH PESISIR: PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DI SMAN 1 KOTABARU**

**Devi Rusvitawati<sup>1\*</sup>, Muhammad Fathoni<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Lambung Mangkurat

Email: [devi.rusvitawati@ulm.ac.id](mailto:devi.rusvitawati@ulm.ac.id)

### **ABSTRAK**

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi bisnis dan keterampilan pemasaran daring di kalangan siswa SMAN 1 Kotabaru, yang berada di wilayah pesisir dan terpencil. Melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), kegiatan ini mengedukasi siswa tentang konsep digital marketing dan cara mempromosikan produk lokal menggunakan media sosial. Program ini diharapkan dapat memberdayakan siswa dalam mengoptimalkan potensi produk lokal seperti ikan, rumput laut, dan komoditas agribisnis rumah tangga untuk dipasarkan ke pasar yang lebih luas. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam branding dan pemasaran produk lokal, serta menumbuhkan kesadaran mereka terhadap peluang karier digital. Program ini juga telah membangun kemitraan yang kuat antara sekolah, universitas, dan komunitas lokal, serta memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal. Meskipun terdapat tantangan dalam hal infrastruktur digital, hasil dari program ini menunjukkan potensi besar untuk diterapkan di daerah pesisir lainnya dengan penyesuaian kontekstual.

Keywords : Literasi Bisnis, Pengabdian kepada Masyarakat, Pendidikan di Daerah Pesisir

### ***IMPROVING BUSINESS LITERACY AND ENTREPRENEURIAL SKILLS IN COASTAL AREAS: A COMMUNITY SERVICE PROGRAM AT SMAN 1 KOTABARU***

### ***ABSTRACT***

*This study aims to enhance business literacy and digital marketing skills among students of SMAN 1 Kotabaru, a senior high school located in a remote coastal area. Through a Community Service Program (PkM), the initiative provided students with knowledge of digital marketing concepts and practical skills for promoting local products through social media platforms. The program was designed to empower students to maximize the potential of local commodities, such as fish, seaweed, and household agribusiness products, by expanding their market reach beyond the local community. This study employed a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews and field observations. The findings indicate that the program successfully improved students' understanding and competencies in branding and marketing local products while increasing their awareness of digital career opportunities. Furthermore, the program fostered strong partnerships among the school, the university, and the local community, contributing positively to local economic development. Although challenges related to digital infrastructure remain, the results demonstrate significant potential for replicating this program in other coastal areas with appropriate contextual adaptations.*

**Keywords:** *Business Literacy; Community Service; Coastal Area Education*

### **PENDAHULUAN**

Kabupaten Kotabaru merupakan salah satu wilayah pesisir dan kepulauan di Kalimantan Selatan yang memiliki karakteristik geografis dan sosial khas daerah 3T (Tertinggal, Terdepan, dan Terluar).

Kondisi ini menimbulkan tantangan tersendiri dalam aspek pembangunan manusia, terutama dalam akses terhadap pendidikan, teknologi, dan literasi digital. Akses internet yang terbatas, ketimpangan fasilitas pendidikan, serta rendahnya tingkat literasi teknologi di kalangan generasi muda menjadi hambatan utama dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital (UNICEF Indonesia, 2020). Di tengah arus transformasi ekonomi berbasis digital, kesenjangan ini dapat memperdalam ketimpangan sosial dan ekonomi antara wilayah pesisir dan pusat pertumbuhan ekonomi di daratan utama Kalimantan.

Dalam konteks masyarakat pesisir Kotabaru, potensi ekonomi sebenarnya sangat besar, terutama di sektor akuakultur dan agribisnis lokal. Produk-produk seperti hasil olahan ikan, rumput laut, dan komoditas pertanian rumah tangga memiliki nilai tambah yang dapat dikembangkan melalui strategi digital marketing yang tepat. Namun, rendahnya pemahaman masyarakat khususnya pelajar sebagai calon generasi produktif terhadap teknologi pemasaran digital menyebabkan potensi tersebut belum tergarap secara optimal. Banyak siswa di sekolah pesisir belum memahami bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai sarana promosi produk lokal atau bahkan sebagai peluang karier baru di bidang ekonomi digital (Wibowo, Farkhah, Janah, & Rizky, 2025). Secara sosial, sebagian besar keluarga di wilayah pesisir Kotabaru masih menggantungkan kehidupan pada sektor primer dengan pendapatan tidak tetap. Kondisi ini berimplikasi pada terbatasnya dukungan orang tua terhadap pendidikan berbasis teknologi. Selain itu, karakteristik wilayah kepulauan menjadikan sekolah-sekolah di daerah pesisir relatif terisolasi dari akses inovasi pembelajaran digital. Hal tersebut menuntut adanya intervensi pendidikan berbasis literasi digital yang mampu memberdayakan siswa dan memperkuat hubungan antara sekolah, universitas, serta komunitas lokal.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan oleh tim Universitas Lambung Mangkurat di SMAN 1 Kotabaru merupakan respon terhadap permasalahan tersebut. Program ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas literasi digital dan keterampilan pemasaran daring siswa pesisir, serta menumbuhkan kesadaran akan potensi ekonomi lokal yang dapat dikembangkan melalui teknologi. Selain itu, kegiatan ini juga diarahkan untuk memperkenalkan program studi PSDKU ULM Kotabaru sebagai bagian dari upaya meningkatkan minat melanjutkan pendidikan tinggi di daerah sendiri, terutama pada bidang yang mendukung pembangunan pesisir seperti akuakultur dan agribisnis. Secara konseptual, kegiatan PkM ini berlandaskan pada paradigma pemberdayaan masyarakat berbasis literasi digital (digital literacy empowerment). Menurut Prasastiningtyas et al. (2024), peningkatan literasi digital pada komunitas marginal dapat mendorong partisipasi ekonomi, memperkuat modal sosial, serta memperluas akses terhadap peluang wirausaha berbasis teknologi. Dalam konteks pendidikan, literasi digital tidak hanya berarti kemampuan menggunakan perangkat, tetapi juga kemampuan berpikir kritis, kreatif, dan produktif dalam ekosistem digital. Pendekatan ini penting terutama bagi generasi muda pesisir yang akan menjadi aktor utama pembangunan daerah 3T.

Dari segi kebijakan, program penguatan literasi digital di daerah pesisir sejalan dengan agenda nasional percepatan transformasi digital dan pemerataan pendidikan yang dicanangkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Pemerintah menekankan pentingnya “digital inclusion” atau pemerataan kemampuan digital sebagai prasyarat bagi peningkatan daya saing sumber daya manusia di wilayah tertinggal. Dalam kerangka inilah, kegiatan PkM ULM di Kotabaru berfungsi sebagai model hilirisasi hasil riset sosial dan pendidikan, yang memadukan pendekatan sosiologis, ekonomi, dan kewirausahaan untuk menjawab persoalan ketimpangan digital di daerah 3T.

Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat sasaran dalam kegiatan ini dapat dirumuskan menjadi empat pokok. Pertama, rendahnya literasi digital pelajar pesisir dalam memahami konsep pemasaran daring dan pemanfaatan media sosial untuk ekonomi lokal. Kedua, belum optimalnya pemanfaatan potensi produk lokal, baik dari sisi branding, desain, maupun promosi. Ketiga, kurangnya pengetahuan tentang peluang pendidikan dan karier digital, yang menyebabkan rendahnya aspirasi generasi muda terhadap bidang teknologi dan wirausaha digital. Keempat, minimnya sinergi antara sekolah, universitas, dan komunitas dalam menciptakan ekosistem literasi digital berkelanjutan di wilayah pesisir. Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan utama kegiatan PkM ini adalah: (1) meningkatkan pemahaman siswa pesisir mengenai konsep dan praktik digital marketing untuk produk lokal, (2) menumbuhkan motivasi kewirausahaan dan kesadaran identitas daerah melalui branding

produk lokal, (3) memperkenalkan peluang pendidikan dan karier di sektor pesisir berbasis teknologi, serta (4) membangun jejaring kemitraan antara sekolah, universitas, dan komunitas lokal dalam pengembangan kapasitas digital.

Secara teoretis, pendekatan ini juga memperkuat konsep modal sosial (social capital) dalam masyarakat pesisir. Menurut Coleman (1990), modal sosial berupa jaringan kepercayaan dan kolaborasi antarlembaga merupakan faktor penting bagi keberhasilan inovasi sosial. Dalam konteks kegiatan ini, kolaborasi antara universitas dan sekolah berfungsi sebagai bentuk “social bridging” yang menjembatani akses pengetahuan dan teknologi ke komunitas pesisir. Pendekatan semacam ini juga telah terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program pembangunan berbasis digital di wilayah marginal (Sari & Prasetyo, 2023). Lebih jauh lagi, kegiatan penguatan literasi digital bagi siswa pesisir memiliki implikasi strategis terhadap pembangunan ekonomi lokal berkelanjutan. Dengan meningkatnya kemampuan promosi dan pemasaran produk lokal melalui platform digital, masyarakat pesisir dapat memperluas jangkauan pasar tanpa harus bergantung pada distribusi konvensional. Hal ini relevan dengan pandangan Castells (2010) tentang “network society”, di mana kekuatan ekonomi dan sosial bergeser dari modal fisik ke modal informasi dan jejaring digital. Pemberdayaan siswa sebagai “duta digital daerah” menjadi strategi penting dalam mengintegrasikan nilai-nilai lokal ke dalam ekonomi global berbasis informasi.

Dengan demikian, kegiatan PkM “Digital Marketing untuk Produk Lokal” di SMAN 1 Kotabaru bukan sekadar pelatihan teknis, tetapi juga merupakan intervensi sosial-edukatif yang dirancang untuk menciptakan perubahan struktural dalam cara masyarakat pesisir mengelola sumber daya dan peluang digital. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi model pengabdian berbasis literasi digital yang aplikatif dan berkelanjutan untuk wilayah 3T lainnya di Indonesia.

## METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena yang terjadi di kalangan siswa SMAN 1 Kotabaru terkait literasi digital dan pemanfaatan pemasaran daring untuk produk lokal. Metode ini dipilih karena fokus utama kegiatan adalah untuk menggali pemahaman, persepsi, dan pengalaman siswa, serta memahami tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh siswa dalam memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk lokal melalui media sosial. Kegiatan ini juga bertujuan untuk menganalisis potensi ekonomi digital yang dapat dikembangkan dalam konteks daerah pesisir, yang memiliki karakteristik geografis dan sosial yang khas (Merriam, 2009).

### Prosedur Pengumpulan Data

Dalam kegiatan ini, data dikumpulkan melalui dua metode utama: wawancara mendalam dan observasi lapangan. Kedua metode ini dipilih karena kemampuan mereka untuk memberikan informasi yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai pemahaman siswa terhadap literasi digital dan pemasaran daring.

1. Wawancara Mendalam : Wawancara dilakukan dengan siswa, guru, dan pihak terkait lainnya di SMAN 1 Kotabaru. Wawancara ini bersifat semi-struktural, yang memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi lebih dalam mengenai topik-topik yang relevan. Dalam wawancara ini, peserta akan diajak untuk berbicara mengenai beberapa hal penting, seperti:

- Pemahaman siswa mengenai konsep digital marketing dan pemanfaatan media sosial untuk promosi produk lokal.
- Pandangan siswa terhadap peluang ekonomi yang dapat dikembangkan melalui teknologi digital.
- Aspirasi dan motivasi siswa dalam mengejar karier di bidang teknologi dan kewirausahaan digital.

Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami persepsi, pengetahuan, dan sikap siswa terhadap pemasaran digital, serta tantangan yang mereka hadapi dalam memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk lokal (Creswell, 2014)

2. Observasi Lapangan : Observasi langsung dilakukan di SMAN 1 Kotabaru untuk memantau interaksi siswa dengan teknologi, khususnya media sosial dan platform pemasaran digital.

Observasi ini bertujuan untuk melihat secara langsung bagaimana siswa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka, baik dalam konteks pembelajaran maupun dalam aktivitas ekstrakurikuler yang berhubungan dengan teknologi dan pemasaran digital. Observasi ini juga berfokus pada bagaimana siswa berinteraksi dengan perangkat teknologi dalam konteks sekolah, baik itu dalam kegiatan belajar mengajar maupun kegiatan lainnya yang berhubungan dengan pengembangan potensi ekonomi lokal (Merriam, 2009).

### **Alat Ukur**

Dalam kegiatan ini, wawancara semi-struktural merupakan alat ukur utama yang digunakan. Wawancara ini terdiri dari pertanyaan terbuka yang memungkinkan partisipan untuk menjelaskan pandangan mereka secara mendalam. Beberapa topik utama yang akan digali dalam wawancara ini meliputi:

- Pemahaman tentang Digital Marketing: Menilai sejauh mana siswa memahami konsep digital marketing, termasuk penggunaan media sosial untuk memasarkan produk lokal.
- Pengalaman dan Persepsi Terhadap Teknologi: Menggali bagaimana siswa melihat peluang ekonomi yang bisa diperoleh melalui teknologi digital dan seberapa besar pengaruhnya terhadap kehidupan ekonomi mereka.
- Aspirasi Karier dan Kewirausahaan: Melihat seberapa besar minat siswa terhadap karier di bidang teknologi dan kewirausahaan digital.
- Selain itu, observasi lapangan juga digunakan sebagai alat ukur untuk memantau penggunaan teknologi oleh siswa dalam kehidupan sehari-hari mereka. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi akan memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai potensi pengembangan ekonomi digital di kalangan siswa (Patton, 2002).

### **Analisis Data**

Data yang terkumpul dari wawancara dan observasi akan dianalisis menggunakan analisis tematik, yang merupakan pendekatan yang umum digunakan dalam kegiatan kualitatif untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data. Analisis tematik memungkinkan peneliti untuk mengorganisir data berdasarkan kesamaan tema atau kategori yang relevan, serta untuk menggali makna yang terkandung dalam pengalaman dan pandangan peserta (Braun & Clarke, 2006). Setelah data dikelompokkan ke dalam tema-tema yang relevan, analisis dilanjutkan dengan membandingkan dan menginterpretasi setiap tema untuk mencari hubungan atau pola yang ada. Hasil analisis ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai tantangan yang dihadapi siswa dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran produk lokal, serta potensi pengembangan ekonomi digital yang dapat dilakukan.

### **Pengukuran Keberhasilan**

Keberhasilan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini diukur dengan mengacu pada empat indikator utama yang telah ditetapkan sebelumnya, yang mencakup perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan kemampuan siswa terhadap literasi digital dan pemasaran daring. Keempat indikator tersebut adalah:

1. Perubahan Pengetahuan dan Sikap: Mengukur peningkatan pemahaman siswa mengenai konsep-konsep digital marketing dan penggunaan media sosial untuk promosi produk lokal. Selain itu, perubahan sikap siswa terhadap pentingnya literasi digital dan kewirausahaan berbasis teknologi juga akan menjadi indikator keberhasilan.
2. Perubahan Sosial dan Budaya: Evaluasi perubahan dalam pola pikir siswa mengenai potensi ekonomi yang dapat dikembangkan melalui teknologi digital. Perubahan ini juga mencakup sikap siswa terhadap kewirausahaan dan motivasi mereka untuk mengembangkan usaha berbasis digital.
3. Pengembangan Ekonomi Lokal: Menganalisis sejauh mana keterampilan yang diperoleh siswa dapat digunakan untuk memasarkan produk lokal melalui media sosial. Salah satu indikator keberhasilan adalah peningkatan jumlah produk lokal yang dipromosikan melalui platform digital dan dampaknya terhadap perekonomian lokal.

4. Keterlibatan Komunitas: Mengukur terbentuknya kemitraan yang lebih baik antara sekolah, universitas, dan masyarakat dalam mendukung pengembangan kapasitas digital di daerah pesisir. Ini termasuk kolaborasi antara pihak sekolah, universitas, dan komunitas lokal untuk menciptakan ekosistem literasi digital yang berkelanjutan (Putnam, 2000).

#### Implikasi Kegiatan

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan literasi digital di daerah pesisir, serta menjadi model bagi pengembangan ekonomi lokal berbasis teknologi. Dengan meningkatnya literasi digital dan keterampilan pemasaran daring siswa, diharapkan masyarakat pesisir dapat memanfaatkan potensi produk lokal mereka untuk diperkenalkan ke pasar yang lebih luas melalui media sosial. Hasil dari kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang bermanfaat dalam meningkatkan kualitas pendidikan berbasis teknologi di daerah 3T lainnya di Indonesia.

Melalui pendekatan ini, kegiatan PkM tidak hanya bertujuan untuk mentransfer pengetahuan teknis, tetapi juga untuk memberdayakan siswa dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Keberhasilan program ini diharapkan dapat membuka peluang baru di bidang kewirausahaan dan teknologi bagi generasi muda di daerah pesisir.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pengabdian kepada masyarakat berjudul "Digital Marketing untuk Produk Lokal: Penguatan Literasi Bisnis dan Pemasaran Produk Akuakultur dan Agribisnis di Sekolah Pesisir Kotabaru" adalah upaya strategi untuk menyebarkanluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan keterampilan digital kepada peserta didik di wilayah pesisir yang selama ini tertinggal dalam literasi digital dan akses teknologi. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan nilai tambah yang signifikan bagi individu peserta didik, institusi sekolah, komunitas lokal, dan ekosistem pendidikan di daerah 3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar). Sejalan dengan kegiatan Radiarta dkk. (2025), program pelatihan pemasaran digital untuk masyarakat pesisir dapat meningkatkan kapasitas mereka dalam memanfaatkan alat-alat digital sebagai jembatan untuk memperluas akses pasar.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui pendekatan pembelajaran aktif dan kontekstual yang melibatkan peserta secara langsung dalam proses pembelajaran. Pendekatan pembelajaran berbasis konteks lokal ini sejalan dengan kegiatan di SMK Negeri 2 Sangatta Utara yang menunjukkan bahwa integrasi pengetahuan lokal dalam kurikulum melalui pembelajaran kontekstual, kolaborasi komunitas, dan internalisasi nilai-nilai budaya menghasilkan pemberdayaan siswa yang lebih efektif (Elia, 2024). Berikut adalah tahapan pelaksanaan kegiatan:

#### Tahap 1: Penyampaian Materi Interaktif tentang Pemasaran Digital

Tim pengabdian menyampaikan materi dasar pemasaran digital dengan memanfaatkan pendekatan pembelajaran yang menghubungkan konsep teoritis dengan praktik nyata dalam konteks ekonomi lokal pesisir. Materi disampaikan dengan menggunakan studi kasus nyata dari UMKM pesisir yang telah berhasil meningkatkan penjualan melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business. Pendekatan ini sejalan dengan kegiatan Sucipto dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan literasi UMKM digital melalui pemanfaatan Google Maps dan media sosial menghasilkan peningkatan signifikan pemahaman peserta terhadap penggunaan platform digital.

Perwakilan PSDKU ULM Kotabaru dalam Berbagainya tekanan:

*"Kemampuan memanfaatkan teknologi digital bukan lagi pilihan, tetapi kebutuhan mendesak bagi generasi muda pesisir untuk dapat bersaing dalam ekonomi digital. Program ini adalah wujud komitmen universitas dalam memberdayakan masyarakat lokal melalui penguatan literasi dan keterampilan yang relevan dengan potensi ekonomi daerah."*

Pesan ini dirancang untuk membangun motivasi dan kesadaran peserta tentang pentingnya literasi digital sebagai investasi jangka panjang dalam pengembangan karir dan kontribusi pada ekonomi lokal. Sebagaimana diungkapkan oleh para ahli dalam kegiatan tentang pemberdayaan ekonomi pemuda

(Javeed et al., 2022), motivasi eksternal dan kesadaran akan peluang ekonomi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi pemuda dalam kegiatan kewirausahaan.

### **Tahap 2: Mini Challenge Branding Produk Lokal**

Peserta bagian menjadi kelompok-kelompok kecil (3-5 orang) dan diberikan tugas praktis untuk merancang identitas merek (branding) produk-produk lokal pesisir, khususnya hasil olahan laut (ikan, rumput laut) dan produk agribisnis rumah tangga. Setiap kelompok diminta untuk membuat nama produk yang menarik, tagline yang catchy, deskripsi keunggulan produk, dan strategi promosi dasar menggunakan media sosial. Mini Challenge ini dirancang berdasarkan prinsip-prinsip yang telah terbukti efektif dalam kegiatan terkait branding dan strategi produk di komunitas UMKM Pesisir (Martadinata, 2024), dimana pemberian pelatihan tentang branding produk membantu para pelaku UMKM Pesisir dalam meningkatkan pemahaman tentang pentingnya teknologi dalam pemasaran digital.

Aktivitas ini memungkinkan peserta untuk mengalami langsung proses branding dan memahami pentingnya kemasan dan promosi dalam meningkatkan nilai produk. Salah satu peserta mengungkapkan pengalamannya:

*"Kami baru menyadari bahwa produk yang biasa kami lihat di rumah---seperti rumput laut dan ikan laut---sebenarnya bisa menjadi produk premium jika dikemas dengan baik dan dipromosikan di media sosial. Melalui mini tantangan ini, kami belajar bahwa branding itu penting dan tidak sulit untuk dilakukan."*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa peserta telah mengalami pergeseran kognitif dari memandang produk lokal sebagai sekadar komoditas biasa menjadi produk yang memiliki potensi nilai tambah melalui strategi pemasaran yang tepat. Temuan ini sejalan dengan kegiatan Fauziah dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa literasi digital, inovasi produk, dan pemasaran melalui media sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM.

### **Tahap 3: Sosialisasi Program Studi PSDKU ULM Kotabaru**

Tim pengabdian melakukan sosialisasi komprehensif tentang tiga program studi yang tersedia di PSDKU ULM Kotabaru, yaitu Akuakultur, Agribisnis, dan Pendidikan Khusus. Sosialisasi ditekankan pada relevansi studi program terhadap pengembangan ekonomi lokal pesisir dan peluang karir yang tersedia. Strategi sosialisasi ini merupakan bagian dari upaya membangun aspirasi pendidikan tinggi lokal, yang sejalan dengan hasil kegiatan tentang kolaborasi multi-stakeholder dalam pendidikan. Menurut Agyekum dkk. (2025), kolaborasi antara institusi pendidikan, sekolah, dan komunitas lokal dalam mempromosikan pendidikan tinggi lokal memiliki dampak yang signifikan terhadap aspirasi siswa didik, khususnya bagi siswa dari wilayah terpencil.

Seorang peserta memberikan kesaksian tentang dampak sosialisasi ini:

*"Saya baru tahu kalau ada program studi seperti Akuakultur dan Agribisnis di ULM Kotabaru. Sebelumnya saya pikir untuk lanjut ke perguruan tinggi harus pergi ke Banjarmasin. Sekarang saya tertarik untuk mencoba program Akuakultur karena berhubungan langsung dengan potensi daerah kami."*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa program sosialisasi telah berhasil meningkatkan kesadaran peserta tentang ketersediaan pendidikan tinggi lokal dan relevansinya dengan konteks ekonomi pesisir. Temuan ini mendukung kegiatan Teach For Malaysia (2024) yang menunjukkan bahwa melalui kemitraan multi-stakeholder dan mentoring yang efektif, siswa dari daerah terpencil mengalami peningkatan signifikan dalam kesadaran karir dan aspirasi pendidikan.

### **Indikator Tercapainya Tujuan dan Tolak Ukur Keberhasilan**

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan sejak tahap perencanaan. Berikut adalah indikator dan tolak ukur keberhasilan:

Indikator Keberhasilan	Tolak Ukur	Hasil Pencapaian	Sumber Data
Peningkatan Pemahaman Literasi Digital	Peserta mampu menjelaskan konsep dasar digital marketing dan strategi promosi produk di media sosial	95% peserta dapat menjelaskan minimal 3 strategi pemasaran digital yang relevan dengan produk lokal	Observasi, diskusi, dan hasil mini tantangan
Peningkatan Keterampilan Praktis	Peserta mampu membuat rencana branding dan strategi promosi dasar untuk produk lokal	100% kelompok menghasilkan rencana branding dengan ide yang kreatif dan relevan	Hasil mini challenge branding
Peningkatan Motivasi Kewirausahaan Digital	Peserta menyatakan komitmen untuk menerapkan pengetahuan pemasaran digital dalam konteks nyata	88% peserta menyatakan minat untuk membuat konten promosi produk lokal di media sosial	Wawancara dan pernyataan peserta
Peningkatan Minat Pendidikan Tinggi Lokal	Peserta tertarik untuk mendaftar di program studi PSDKU ULM Kotabaru	72% peserta menyatakan meningkatnya minat untuk melanjutkan pendidikan di PSDKU	Diskusi informal dan respon peserta
Apresiasi dan Dukungan Institusional	Kepala sekolah dan institusi menunjukkan dukungan untuk program terhenti	Kepala sekolah menyatakan kesiapan untuk melanjutkan pembelajaran melalui kegiatan ekstrakurikuler	Pernyataan kepala sekolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua indikator keberhasilan telah tercapai pada tingkat yang signifikan. Pencapaian ini mengindikasikan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik kontekstual dan kemitraan multi-stakeholder efektif dalam mencapai tujuan pengabdian. Hasil ini sejalan dengan kegiatan Didiharyono dkk. (2022) tentang pemberdayaan dan pengembangan UKM masyarakat pesisir, yang menunjukkan bahwa melalui pelatihan dan pendampingan berbasis partisipatif masyarakat, terjadi peningkatan pengetahuan dan pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produk.

## Perubahan Bagi Individu, Masyarakat, dan Institusi

### Perubahan pada Tingkat Individu (Jangka Pendek)

Kegiatan pengabdian telah membawa perubahan signifikan pada tingkat individu peserta dalam jangka pendek:

1. Perubahan Kognitif : Peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang literasi digital, pemasaran digital, dan cara memanfaatkan platform media sosial untuk tujuan bisnis. Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta menggunakan media sosial hanya untuk hiburan dan interaksi sosial. Setelah kegiatan, peserta mulai memahami potensi media sosial sebagai alat promosi dan penjualan. Temuan ini sejalan dengan kegiatan Rohman & Khaerunnisa (2024) tentang pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir, yang menunjukkan bahwa pemberian pelatihan teknis dapat menghasilkan perubahan kognitif yang signifikan dalam cara masyarakat memandang teknologi.
2. Perubahan Sikap : Peserta menunjukkan perubahan sikap dari persepsi awal bahwa produk lokal adalah standar komoditas yang memandang produk lokal sebagai aset tambah ekonomi yang memiliki

potensi nilai. Sikap ini tercermin dalam pertanyaan-pertanyaan kritis yang mereka ajukan tentang strategi branding, pengemasan, dan pemasaran. Perubahan sikap ini sejalan dengan kegiatan tentang pemberdayaan pemuda melalui program kewirausahaan, yang menunjukkan bahwa perubahan sikap terhadap peluang ekonomi merupakan esensi penting bagi keterlibatan pemuda dalam aktivitas kewirausahaan (Javeed et al., 2022).

3. Perubahan Motivasi : Timbul motivasi intrinsik pada peserta untuk menjadi agen perubahan dalam pemberdayaan komunitas ekonomi mereka. Salah satu peserta menyatakan:

*"Saya ingin mulai membuat konten di Instagram tentang produk rumah tangga dan kerajinan lokal dari desa saya. Setelah mengikuti kegiatan ini, saya percaya bahwa media sosial bisa dimanfaatkan untuk membantu UMKM lokal memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas."*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya sekedar menerima informasi, namun mengembangkan inisiatif untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Peningkatan motivasi ini sejalan dengan hasil kegiatan tentang pemberdayaan ekonomi pemuda melalui pengembangan keterampilan, di mana keterlibatan sosial dan partisipasi aktif pemuda dalam kegiatan ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi mereka untuk berkontribusi pada pembangunan komunitas (Fundsforngos, 2024).

### **Perubahan pada Tingkat Institusi Sekolah (Jangka Pendek)**

1. Peningkatan Kesadaran Kelembagaan : SMAN 1 Kotabaru mengalami peningkatan kesadaran tentang pentingnya integrasi literasi digital dan keterampilan kewirausahaan dalam kurikulum sekolah menengah atas. Kepala sekolah mengapresiasi kegiatan dan menyampaikan:

*"Kegiatan ini telah membuka perspektif baru bagi siswa kami tentang peluang pendidikan tinggi dan karir yang relevan dengan potensi lokal, bukan hanya sebagai pilihan default untuk pindah ke pusat pertumbuhan pendidikan di luar daerah."*

Kesadaran institusional ini merupakan hasil kolaborasi multi-stakeholder yang kuat antara universitas, sekolah, dan komunitas. Menurut Daly-Smith dkk. (2020), kolaborasi multi-stakeholder dalam perancangan program pendidikan menghasilkan peningkatan kesadaran dan komitmen institusional terhadap kemiskinan program, karena semua pihak merasa dilibatkan dalam proses perencanaan dan implementasi.

2. Peningkatan Kolaborasi : SMAN 1 Kotabaru menunjukkan kesiapan untuk meneruskan pembelajaran melalui kegiatan ekstrakurikuler atau mata pelajaran muatan lokal. Sekolah terbuka untuk kolaborasi berkelanjutan dengan universitas dalam rangka penguatan kompetensi digital siswa. Persiapan sekolah untuk melanjutkan program ini menunjukkan bahwa kegiatan telah menciptakan momentum yang kuat untuk transformasi berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan kegiatan Sitorus dkk. (2021) tentang modal sosial dalam pengembangan pendidikan, yang stres bahwa kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan memperkuat komitmen bersama dalam menciptakan ekosistem pembelajaran yang berkelanjutan.

### **Perubahan pada Tingkat Komunitas dan Ekosistem Lokal (Potensi Jangka Panjang)**

Meskipun masih dalam tahap awal, kegiatan ini memiliki potensi untuk membawa perubahan jangka panjang pada tingkat komunitas:

1. Pemberdayaan Ekonomi UMKM Lokal : Jika peserta benar-benar mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh, maka ada potensi peningkatan kapasitas UMKM pesisir dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan jangkauan pasar dan volume penjualan. Berdasarkan kegiatan Sihombing dkk. (2022) tentang pendidikan pemasaran dan branding produk, penerapan strategi pemasaran digital yang tepat dapat menghasilkan peningkatan signifikan dalam penjualan dan kesejahteraan ekonomi UMKM.

2. Peningkatan Literasi Digital Komunitas : Peran peserta yang dibesarkan sebagai agen pengganda dapat berkontribusi pada peningkatan literasi digital di tingkat keluarga dan komunitas yang lebih luas. Konsep peserta didik sebagai agen perubahan (agents of change) telah terbukti efektif dalam program pemberdayaan masyarakat, khususnya di daerah terpencil dan pesisir (Sitorus et al., 2021).

3. Perkuatan Ekosistem Pendidikan Lokal : Sosialisasi program studi PSDKU dan meningkatkan minat siswa lokal untuk melanjutkan pendidikan di institusi pendidikan lokal dapat memperkuat ekosistem pendidikan pesisir dan mengurangi brain drain. Menurut Inovasi (2022), pendekatan kolaboratif multi-stakeholder dalam pendidikan dapat menghasilkan peningkatan partisipasi masyarakat dan kepercayaan terhadap institusi pendidikan lokal, yang pada akhirnya mengurangi motivasi siswa untuk meninggalkan daerahnya.

### **Keunggulan dan Kelemahan Kegiatan Ditinjau dari Kesesuaian dengan Kondisi Masyarakat Keunggulan Kegiatan**

1. Kontekstualisasi Pembelajaran : Kegiatan dirancang dengan memanfaatkan konteks lokal pesisir sebagai bahan pembelajaran. Penggunaan produk lokal (ikan, rumput laut, produk agribisnis) sebagai objek pembelajaran membuat peserta dapat menghubungkan pengetahuan baru dengan pengalaman nyata mereka. Pendekatan pembelajaran kontekstual ini terbukti lebih efektif dalam meningkatkan motivasi dan retensi pembelajaran, seperti yang ditunjukkan dalam kegiatan tentang integrasi pengetahuan lokal dalam kurikulum kejuruan (Elia, 2024).

2. Pendekatan Pembelajaran Partisipatif : Mini Challenge Branding yang melibatkan peserta secara aktif dalam proses kreatif memastikan bahwa pembelajaran bukan sekedar transfer pengetahuan pasif, tetapi pengalaman yang bermakna dan menarik. Kegiatan Sitorus dkk. (2021) menunjukkan bahwa pembelajaran partisipatif dalam program komunitas menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman, motivasi, dan komitmen peserta terhadap implementasi pengetahuan yang diperoleh.

3. Kemitraan Multi-Stakeholder yang Kuat : Melibatkan sekolah, universitas, dan komunitas lokal dalam perancangan dan pelaksanaan kegiatan menciptakan resonansi program dengan kebutuhan nyata dan meningkatkan dukungan institusional untuk menghentikan program. Menurut Coleman (1990), kolaborasi multi-stakeholder yang dibangun atas dasar kepercayaan dan jaringan sosial yang kuat menciptakan modal sosial yang dapat mendorong inovasi sosial dan pembangunan berkelanjutan.

4. Relevansi Tinggi dengan Tujuan Pembangunan : Program secara langsung berkontribusi pada peningkatan literasi digital, pemberdayaan ekonomi lokal, dan pengurangan kesenjangan akses teknologi antara daerah perkotaan dan pesisir---semuanya sejalan dengan prioritas pembangunan nasional. Hal ini konsisten dengan kegiatan Radiarta dkk. (2025) tentang pelatihan pemasaran digital untuk komunitas pesisir yang menekankan pentingnya digitalisasi sebagai keharusan, bukan pilihan, bagi masyarakat pesisir.

### **Kelemahan dan Tantangan Kegiatan**

1. Infrastruktur Digital yang Terbatas : Sekolah mitra mengalami keterbatasan dalam hal infrastruktur digital, termasuk akses internet yang tidak stabil dan jumlah perangkat yang terbatas. Hal ini menghalangi pelaksanaan beberapa komponen pembelajaran digital yang direncanakan. Tim pengabdian melakukan adaptasi dengan memanfaatkan perangkat pribadi peserta dan menyiapkan materi pendamping berbentuk cetak. Keterbatasan infrastruktur ini merupakan tantangan umum dalam program pemberdayaan digital di daerah terpencil, sebagaimana diungkapkan dalam kegiatan tentang sistem informasi untuk nelayan pesisir (Rahmatiawd, 2025).

2. Heterogenitas Tingkat Literasi Digital Peserta : Peserta memiliki tingkat literasi digital yang beragam. Beberapa sudah familiar dengan media sosial, namun belum memahami penggunaannya komersialnya. Beberapa hal baru lainnya pertama kali menggunakan media sosial secara konsisten. Heterogenitas ini memerlukan diferensiasi pembelajaran yang lebih intensif. Perbedaan strategi yang digunakan saat ini telah membantu mengatasi tantangan ini, tetapi memerlukan sumber daya manusia yang lebih besar untuk implementasi pembelajaran yang optimal.

3. Keterbatasan Waktu Pelaksanaan : Kegiatan hanya berlangsung dalam waktu terbatas (beberapa jam workshop). Durasi ini cukup untuk memberikan pemahaman dasar dan memicu motivasi, tetapi belum cukup untuk pendalaman keterampilan yang komprehensif. Peserta memerlukan pendampingan berkelanjutan untuk memperkuat dan mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh. Kegiatan tentang program inkubasi wirausaha pemuda menunjukkan bahwa durasi program yang lebih panjang

(minimal 3-6 bulan) dengan pendampingan berkelanjutan menghasilkan implementasi yang lebih optimal (Sucipto et al., 2025).

4. Risiko Dampak Pembelajaran Jangka Panjang yang Belum Terukur : Meskipun perubahan sikap dan motivasi terlihat signifikan dalam jangka pendek, belum ada mekanisme terukur untuk mencerminkan apakah perubahan ini berlanjut dan diterjemahkan menjadi perilaku konkret dalam jangka panjang. Kegiatan longitudinal diperlukan untuk mengukur dampak jangka panjang dari kegiatan ini.

### **Tingkat membantu Implementasi dan Adaptasi Strategi**

#### **Kesulitan Teknis**

1. Akses Internet dan Infrastruktur : Sekolah mitra yang berlokasi di wilayah pesisir dengan akses internet yang terbatas dan tidak stabil. Tim pengabdian mengatasinya dengan:

- melakukan pra-unduh materi video dan konten digital
- menggunakan perangkat pribadi peserta sebagai alternatif
- menyiapkan materi handout dalam format cetak

Strategi adaptasi ini sejalan dengan pendekatan yang digunakan dalam program pengembangan UMKM di wilayah pesisir lainnya, di mana keterbatasan infrastruktur digital menuntut kreativitas dalam penyampaian materi (Didiharyono et al., 2022).

2. Keberagaman Perangkat Peserta : Tidak semua peserta memiliki smartphone atau laptop pribadi. Tim mengatasinya dengan:

- membentuk kelompok belajar kecil sehingga satu perangkat dapat dibagikan
- menyediakan visual yang jelas untuk pembelajaran non-langsung

#### **Kesulitan Metodologis**

1. Pembelajaran Diferensiasi : Menghadapi heterogenitas tingkat literasi digital memerlukan strategi pembelajaran yang disesuaikan. Tim mengatasinya dengan:

- pra-penilaian sederhana untuk mengenali tingkat literasi awal
- pembentukan kelompok belajar berdasarkan tingkat literasi
- pendampingan tutor rekan untuk kelompok dengan literasi lebih tinggi

2. Keterlibatan dan Motivasi : Beberapa peserta awalnya menunjukkan skeptisisme tentang relevansi pembelajaran dengan kehidupan mereka. Tim mengatasinya dengan:

- menggunakan contoh nyata dari UMKM lokal yang telah sukses
- meminta keterangan dari pelaku UMKM digital
- tekanan relevansi terhadap peluang karir dan kewirausahaan

Strategi-strategi ini sejalan dengan kegiatan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemberdayaan pemuda dan inisiatif kewirausahaan, di mana motivasi intrinsik dan relevansi konteks memiliki peran penting (Javeed et al., 2022).

#### **Peluang Pengembangan ke Depan**

1. Program Mentoring Berkelanjutan : Menceritakan program mentoring jangka menengah (3-6 bulan) di mana peserta didik diberikan tugas praktis untuk membuat dan mengelola akun media sosial untuk produk lokal dengan didampingi oleh tim atau siswa sebagai tutor. Hal ini dapat memperkuat dan mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh. Model ini sejalan dengan kegiatan tentang program inkubasi wirausaha pemuda yang menunjukkan dampak signifikan terhadap pengembangan UMKM berkelanjutan (Sucipto et al., 2025).

2. Integrasi Kurikulum : Bekerja sama dengan mitra sekolah untuk mengintegrasikan konten kewirausahaan digital dan literasi digital ke dalam kurikulum reguler, terutama melalui mata pelajaran muatan lokal atau ekstrakurikuler. Integrasi kurikulum ini sejalan dengan pendekatan pembelajaran kontekstual yang telah terbukti efektif dalam pemberdayaan siswa (Elia, 2024).

3. Ekspansi ke Sekolah Lain : Menerangkan model kegiatan serupa ke sekolah-sekolah lain di wilayah pesisir Kotabaru dan kabupaten sekitarnya, dengan menyesuaikan konteks dan produk lokal setempat. Ekspansi ini dapat mengakselerasi penyebaran literasi digital di seluruh wilayah 3T.

4. Kerjasama dengan Pelaku UMKM : Bercerita kemitraan dengan pelaku UMKM lokal sehingga peserta didik dapat terlibat langsung dalam proses pembuatan konten dan pengelolaan media sosial untuk produk nyata. Ini akan meningkatkan pembelajaran autentik dan dampak ekonomi yang nyata. Model kemitraan ini telah terbukti efektif dalam program digital marketing untuk UMKM (Radiarta et al., 2025).

5. Platform Komunitas Digital : Menceritakan platform digital sederhana (blog, saluran YouTube, atau komunitas Instagram) khusus untuk produk lokal pesisir Kotabaru yang dikelola oleh program alumni sebagai sarana promosi berkelanjutan. Platform ini dapat berfungsi sebagai pusat pemasaran komunitas digital yang berkelanjutan.

6. Riset Lanjutan tentang Dampak Jangka Panjang : Melakukan studi tindak lanjut untuk mengukur sejauh mana pembelajaran diterjemahkan menjadi perilaku nyata dalam kewirausahaan digital, perubahan aspirasi akademik, dan kontribusi pada ekonomi lokal. Kegiatan longitudinal ini penting untuk mengukur ROI (return on investment) dari kegiatan pengabdian masyarakat.

### **Dokumentasi dan Bukti Implementasi**

Kegiatan didukung oleh dokumentasi visual dan data yang menunjukkan proses pelaksanaan dan hasil pembelajaran:

- Foto proses pembelajaran : Peserta aktif berdiskusi dalam mini challenge branding
- Foto peserta dan pemangku kepentingan institusional saat kegiatan

### **KESIMPULAN**

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan di SMAN 1 Kotabaru telah berhasil memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemberdayaan masyarakat pesisir melalui penguatan literasi bisnis dan penerapan pemasaran daring untuk produk lokal. Dengan fokus pada pengembangan keterampilan siswa dalam memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk lokal, program ini telah meningkatkan pemahaman siswa tentang konsep dasar pemasaran digital dan kewirausahaan berbasis teknologi.

Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya memperoleh keterampilan praktis dalam branding dan pemasaran produk, tetapi juga mendapatkan wawasan tentang peluang ekonomi yang dapat dikembangkan melalui teknologi. Program ini berperan penting dalam memperkenalkan potensi produk lokal, seperti hasil olahan ikan, rumput laut, dan produk agribisnis rumah tangga, yang sebelumnya belum tergarap secara optimal.

Selain itu, program ini juga berhasil membangun kemitraan antara sekolah, universitas, dan komunitas lokal, menciptakan ekosistem literasi bisnis yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Meskipun tantangan terkait infrastruktur digital dan heterogenitas tingkat literasi bisnis di kalangan peserta masih ada, program ini menunjukkan keberhasilan dalam memotivasi siswa untuk berinovasi dan mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini memiliki potensi untuk diadaptasi dan diperluas ke daerah pesisir lainnya di Indonesia, dengan pendekatan serupa yang menggabungkan literasi bisnis dan pemasaran digital untuk mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan berbasis teknologi yang dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan masyarakat pesisir di seluruh Indonesia.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agyekum, AK, Fugar, FDK, Akomea-Frimpong, I., & Pittri, H. (2025). Hambatan keterlibatan pemangku kepentingan dalam pengadaan pekerjaan umum yang berkelanjutan. *Jurnal Teknik dan Manajemen Konstruksi* , 151(3), 1-15.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Menggunakan analisis tematik dalam psikologi. *Kegiatan Kualitatif dalam Psikologi* , 3(2), 77-101.

- Castells, M. (2010). *Kebangkitan masyarakat jaringan* (edisi ke-2). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Coleman, JS (1990). *Fondasi Teori Sosial*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Creswell, JW (2014). *Desain kegiatan: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan metode campuran* (edisi ke-4). Sage Publications.
- Daly-Smith, A., Zwolinsky, S., McKenna, J., Manley, A., & Bowling, A. (2020). Menggunakan proses desain berbasis pengalaman multi-pemangku kepentingan untuk bersama-sama mengembangkan kerangka kerja aktivitas fisik untuk seluruh sekolah. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 42(1), 99-109.
- Didiharyono, D., Wijaya, I., Haranggono, P., & Wibisono, I. (2022). Pemberdayaan dan pengembangan UKM masyarakat pesisir melalui inovasi produk dan pemasaran digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2), 112-128.
- Elia, E. (2024). Pemberdayaan berbasis kurikulum melalui integrasi kearifan lokal: Studi kasus di sekolah kejuruan di Kalimantan Timur. *Jurnal Internasional Pendidikan dan Pelatihan Kejuruan*, 12(3), 245-260.
- Fauziah, F., Rahman, A., & Surya, H. (2025). Pengaruh literasi digital, inovasi produk, dan pemasaran melalui media sosial terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(1), 45-62.
- Danaforngos. (2024). Pemberdayaan ekonomi pemuda melalui pengembangan keterampilan. Diakses dari <https://fundsforngos.org>
- Inovasi. (2022). Kolaborasi multipihak diperlukan untuk mendorong pendidikan dasar berbasis bahasa ibu. *Ringkasan Kebijakan Pendidikan*, 5(2), 1-8.
- Javeed, A., Khan, MS, Nasir, J., & Mahmood, K. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi pemberdayaan pemuda dan inisiatif kewirausahaan di Pakistan. *Frontiers in Psychology*, 13, 973408.
- Martadinata, R. (2024). Pelatihan branding UMKM untuk masyarakat pesisir. *Jurnal Internasional Pengembangan Masyarakat*, 2(1), 78-92.
- Merriam, SB (2009). *Kegiatan kualitatif: Panduan desain dan implementasi*. Jossey-Bass.
- Patton, MQ (2002). *Metode kegiatan dan evaluasi kualitatif* (edisi ke-3). Sage Publications.
- Prasastiningtyas, W., Kurniawan, AA, Ruswandi, A., Gymnastiar, IA, & Amin, F. (2024). Inisiatif literasi digital yang memberdayakan komunitas terpinggirkan melalui integrasi teknologi. *Jurnal Studi Humaniora, Ilmu Sosial, dan Pendidikan Indonesia (JKIH)*, 60–76.
- Putnam, RD (2000). *Bowling sendirian: Keruntuhan dan kebangkitan komunitas Amerika*. Simon & Schuster.
- Radiarta, IN, Pregiwati, LA, & Trenggono, SW (2025). Pelatihan pemasaran digital untuk masyarakat pesisir di Indonesia. *Jurnal Kelautan dan Perikanan*, 8(2), 112-128.
- Rahmatiawd, R. (2025). Pesisir digital: Pengembangan sistem informasi untuk nelayan pesisir. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Pesisir*, 7(1), 34-51.
- Rohman, MI, & Khaerunnisa, T. (2024). Pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 6(2), 145-162.
- Sari, D., & Prasetyo, Y. (2023). Memperkuat inklusi digital berbasis komunitas di pedesaan Indonesia. *Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 39(2), 112–128.
- Sihombing, NLN, Hardiyanti, Z., Novitasari, L., Gani, H., & Sandra, J. (2022). Edukasi pemasaran produk dan penguatan merek untuk meningkatkan hasil penjualan di kalangan remaja. *Jurnal Internasional Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Ilmu Sosial (IJEMBIS)*, 2(3), 506–512.
- Sitorus, MA, Sihotang, H., & Manalu, S. (2021). Modal sosial dan pengembangan pendidikan kependudukan pada pendidikan informal. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 2(1), 45-62.
- Sucipto, KRR, Afrizal, YH, Rahmawati, A., Ramdhani, KR, & Salam, MF (2025). UMKM go digital: Peningkatan literasi digital UMKM Kota Makassar pemanfaatan Google Maps dan media sosial. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusa*, 6(3), 1-18.
- Teach For Malaysia. (2024). Membangun jembatan: Kolaborasi multi-pemangku kepentingan dalam membentuk karier masa depan. Diakses dari <https://teachforall.org>

- UNICEF Indonesia. (2020). *Memperkuat pembelajaran digital di seluruh Indonesia: Sebuah studi singkat*. Jakarta: UNICEF.
- Wibowo, FN, Farkhah, L., Janah, AR, & Rizkya, D. (2025). Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital bagi siswa SMK YPE Kroya. *ASMARA: Jurnal Aspirasi Masyarakat*, 90–95.