

## MEMBANGUN KEMANDIRIAN EKONOMI WARGA BINAAN MELALUI LITERASI PEMASARAN DIGITAL DAN USAHA TANPA MODAL

A Dewantoro Marsono<sup>1</sup>, Dyah N. Taurusianingsih<sup>2</sup>, Mustanwir Zuhri<sup>3</sup>, Steph Subanidja<sup>4</sup>

Perbanas Institute<sup>1,2,3,4</sup>

Email Korespondensi: admarsono@perbanas.id<sup>✉</sup>

### Info Artikel

**Histori Artikel:****Masuk:**

21 Desember 2025

**Diterima:**

29 Desember 2025

**Diterbitkan:**

30 Desember 2025

**Kata Kunci:**Pemasaran Digital;  
*Business Model Canvas*;  
Peluang Bisnis;  
Bisnis Tanpa Modal;  
Warga Binaan.

### ABSTRAK

Keterbatasan akses terhadap keterampilan kewirausahaan dan literasi digital menjadi tantangan bagi warga binaan yang sedang menjalani masa pembinaan dan persiapan reintegrasi ke masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan warga binaan Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Salemba dalam bidang pemasaran digital serta eksplorasi peluang bisnis tanpa modal. Metode yang digunakan adalah pembelajaran orang dewasa (*adult learning*) melalui presentasi, diskusi interaktif, dan studi kasus. Materi pengabdian meliputi pengembangan ide bisnis yang realistik, pemanfaatan *Business Model Canvas*, pengenalan konsep pemasaran digital, serta alternatif usaha tanpa modal seperti *content creator* dan program *affiliate*. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengidentifikasi ide bisnis sesuai minat dan potensi diri, memahami alur dasar perancangan model bisnis sederhana, serta memiliki peningkatan kesiapan dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana berwirausaha. Bidang usaha kuliner menjadi pilihan yang paling diminati, disertai dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kreativitas dan strategi pemasaran digital. Kegiatan ini disimpulkan mampu berkontribusi sebagai model pemberdayaan warga binaan berbasis literasi digital dan usaha tanpa modal yang mendukung kemandirian ekonomi dan proses reintegrasi sosial pasca pembinaan.

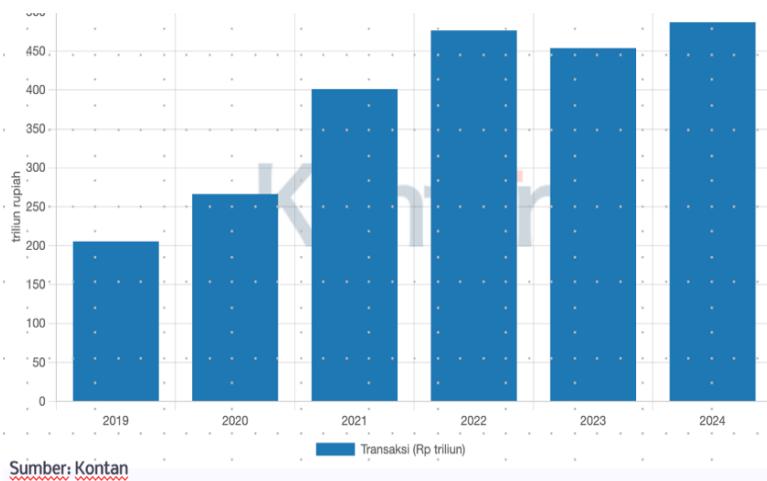
This is an open access article under the [CC BY-SA license](#).



### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan pola aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat, termasuk dalam praktik kewirausahaan dan pemasaran. Pemanfaatan platform digital membuka peluang usaha yang semakin luas, bahkan bagi kelompok masyarakat yang mempunyai keterbatasan akses modal dan sumber daya. Survei menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 80,66% dari total populasi, atau setara dengan lebih dari 229 juta pengguna internet aktif (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2025). Hal ini mencerminkan besarnya potensi pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aktivitas ekonomi dan sosial.

Potensi tersebut tercermin pula dalam kinerja transaksi *e-commerce* nasional. Berdasarkan laporan yang dipublikasikan pada 23 Maret 2025, transaksi *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan tahunan sebesar 20,32% selama periode 2019–2024. Nilai transaksi meningkat signifikan dari Rp205,5 triliun pada tahun 2019 menjadi Rp487,01 triliun pada tahun 2024, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1 (Kontan, 2025). Data ini menunjukkan bahwa pemasaran digital tidak hanya berkembang secara konseptual, tetapi telah menjadi bagian nyata dari sistem ekonomi digital yang terus menguat dan membuka peluang usaha yang semakin luas, termasuk bagi individu dengan keterbatasan modal finansial.



Gambar 1. Transaksi E-Commerce Indonesia Tahun 2019 – 2024

Meskipun peluang ekonomi digital semakin terbuka, tidak semua kelompok masyarakat memiliki kesiapan pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkannya secara optimal. Salah satu kelompok yang menghadapi keterbatasan tersebut adalah warga binaan lembaga pemasyarakatan yang sedang menjalani masa pembinaan dan persiapan reintegrasi sosial. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa warga binaan Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Salemba masih menghadapi keterbatasan keterampilan kewirausahaan, literasi digital, serta minimnya pemahaman mengenai alternatif usaha yang dapat dijalankan tanpa modal finansial. Kondisi ini berpotensi menghambat kemandirian ekonomi dan meningkatkan kerentanan sosial ketika warga binaan kembali ke masyarakat.

Dalam konteks tersebut, penguatan kapasitas individu melalui peningkatan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan ekonomi digital menjadi langkah strategis bagi warga binaan dalam mempersiapkan diri untuk kembali berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi. Penelitian menunjukkan bahwa kompetensi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha secara daring, namun pemanfaatannya masih terhambat oleh keterbatasan keterampilan praktis dalam penggunaan platform digital serta faktor psikologis, seperti ketakutan akan kegagalan dan keterbatasan modal (A. Andriansyah et al., 2024). Temuan ini menegaskan bahwa literasi digital perlu disertai dengan pendampingan yang aplikatif dan kontekstual agar mampu mendorong kesiapan kewirausahaan secara nyata.

Pemasaran digital sebagai aktivitas pemasaran yang memanfaatkan internet dan platform daring untuk menyebarkan informasi, membangun hubungan dengan konsumen, serta menciptakan peluang bisnis baru merupakan kompetensi kunci dalam menghadapi dinamika ekonomi digital. Pemasaran digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Mustakim Nur & Priyono, 2024). Sejalan dengan itu, berbagai studi pengabdian di sektor non-komersial dan komunitas lokal menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan pemasaran digital melalui penyuluhan dan mentoring mampu meningkatkan kapasitas ekonomi dan kepercayaan diri peserta (Sudoto et al., 2024).

Sejumlah kegiatan pengabdian terdahulu menunjukkan bahwa pendampingan kewirausahaan berbasis digital mampu meningkatkan kapasitas dan kesiapan ekonomi warga binaan. Studi pendampingan *digital entrepreneurship* melalui pendekatan *incubation process* pada warga binaan perempuan, menunjukkan bahwa tahapan terstruktur seperti *pre-incubation*, *incubation*, hingga *post-incubation* berkontribusi positif terhadap peningkatan pengetahuan, motivasi, dan keterampilan bisnis digital peserta, terutama ketika dikombinasikan dengan mentoring dan evaluasi berkelanjutan (D. Andriansyah et al., 2024). Temuan tersebut menegaskan pentingnya pendekatan sistematis dan bertahap dalam pengembangan kewirausahaan digital di lingkungan pemasyarakatan.

Studi lain yang berfokus pada optimalisasi pemasaran digital produk kerajinan warga binaan melalui *e-commerce* juga menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan nilai ekonomi produk, serta mendukung proses rehabilitasi dan reintegrasi sosial warga binaan (Nur & Subroto, 2024). Pendekatan partisipatif yang mengombinasikan observasi lapangan, pelatihan literasi digital, dan implementasi langsung pada *marketplace* terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan diri dan produktivitas warga binaan.

Namun demikian, sebagian besar kegiatan pengabdian terdahulu masih berfokus pada pengembangan ketrampilan berbasis *life skills*, seperti pelatihan tata boga dan patiseri (Astawa et al., 2020), berbasis produk fisik, pemanfaatan *e-commerce* konvensional, atau pengelolaan usaha yang telah memiliki aset awal. Pendekatan yang secara spesifik menempatkan literasi pemasaran digital sebagai pintu masuk pengembangan usaha tanpa modal finansial seperti *content creation* dan program afiliasi bagi warga binaan yang berada pada fase persiapan reintegrasi sosial masih relatif terbatas. Padahal, penguatan literasi media sosial dan *content creation* menunjukkan bahwa kreativitas digital dapat menjadi sumber peluang ekonomi berbasis teknologi dengan kebutuhan modal finansial yang relatif minimal (Kussanti et al., 2022). Selain itu, dimensi psikososial warga binaan, seperti rendahnya kepercayaan diri, stigma sosial, dan minimnya dukungan keluarga, belum banyak diintegrasikan dalam desain kegiatan pengabdian. Ini menjadi celah model pengabdian yang adaptif, praktis dan relevan dengan kondisi psikososial warga binaan.

Dalam mendukung proses perencanaan usaha, *Business Model Canvas* (BMC) telah banyak digunakan sebagai alat yang efektif untuk membantu pelaku usaha pemula memahami struktur, alur, dan logika bisnis secara sederhana dan sistematis (Osterwalder & Pigneur, 2010). Namun, sebagian besar penerapan BMC dalam kegiatan pengabdian masih ditujukan bagi pelaku UMKM atau masyarakat umum yang relatif telah memiliki kesiapan awal terhadap teknologi digital. Integrasi BMC dengan literasi pemasaran digital dan pengembangan ide usaha tanpa modal dalam konteks warga binaan lembaga pemasyarakatan masih jarang dilakukan, sehingga menyisakan celah praktik dan akademik yang perlu dijembatani.

Berdasarkan latar belakang, urgensi, dan studi literatur tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan warga binaan Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Salemba dalam mengembangkan ide bisnis yang realistik dan relevan, menyusun model bisnis sederhana melalui *BMC*, serta memanfaatkan pemasaran digital sebagai sarana pengembangan usaha tanpa modal. Manfaat dari pelaksanaan kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kesiapan kewirausahaan dan kemandirian ekonomi warga binaan, tetapi juga mendukung proses reintegrasi sosial secara berkelanjutan melalui pendekatan pemberdayaan berbasis literasi digital.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mereduksi permasalahan keterbatasan literasi kewirausahaan dan pemasaran digital yang dihadapi oleh warga binaan, sekaligus mengevaluasi efektivitas pelaksanaan program dalam meningkatkan kesiapan kewirausahaan peserta. Pendekatan yang digunakan bersifat edukatif dan partisipatif dengan menekankan pada pembelajaran orang dewasa (*adult learning*), sehingga peserta tidak hanya menerima materi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam proses pembelajaran.

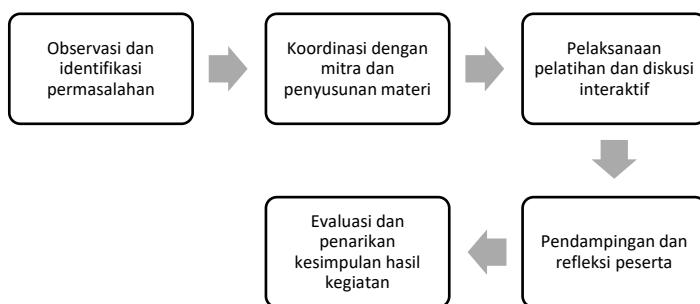
Subjek kegiatan pengabdian adalah warga binaan Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Salemba Jakarta yang ditetapkan oleh pihak Lembaga Pemasyarakatan berdasarkan pertimbangan kesiapan mengikuti kegiatan dan tahapan masa pembinaan, khususnya warga binaan yang berada pada fase akhir pembinaan dan akan menjalani proses reintegrasi ke masyarakat. Lokasi pelaksanaan kegiatan bertempat di Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Salemba, Jakarta. Kegiatan pengabdian dilaksanakan

pada tanggal 18 Juni 2025 sesuai dengan jadwal yang telah disepakati bersama pihak Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Salemba.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis dan saling berkesinambungan. Tahap pertama adalah tahap persiapan, yang meliputi identifikasi permasalahan melalui observasi awal, koordinasi dengan pihak lembaga pemasyarakatan, serta penyusunan materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik warga binaan.

Tahapan kedua adalah tahap pelaksanaan kegiatan, yang dilakukan melalui penyampaian materi menggunakan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan studi kasus. Materi yang diberikan meliputi pengenalan ide bisnis yang realistik dan relevan, penyusunan model bisnis sederhana menggunakan BMC, pemasaran digital, serta pengenalan peluang usaha tanpa modal seperti *content creation* dan program *affiliate*. Pada tahap ini, peserta didorong untuk aktif berdiskusi, mengemukakan ide, serta merefleksikan potensi dan minat usaha yang dimiliki.

Tahapan ketiga adalah tahap pendampingan dan refleksi, yang bertujuan untuk memperkuat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Pada tahap ini dilakukan diskusi lanjutan mengenai tantangan implementasi ide bisnis, potensi pemanfaatan media digital, serta strategi awal yang dapat diterapkan setelah kegiatan pengabdian selesai. Secara umum, alur pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Bagan Alir Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ditetapkan untuk menilai efektivitas pelaksanaan program. Indikator tersebut meliputi: 1) meningkatnya pemahaman peserta mengenai konsep dasar kewirausahaan dan pemasaran digital; 2) kemampuan peserta dalam mengidentifikasi dan merumuskan ide bisnis yang realistik dan relevan; 3) kemampuan peserta dalam menyusun model bisnis sederhana menggunakan BMC; 4) meningkatnya kesiapan dan kepercayaan diri peserta untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana usaha tanpa modal. Pencapaian indikator keberhasilan tersebut dievaluasi melalui keterlibatan aktif peserta selama kegiatan, hasil diskusi, serta refleksi peserta terhadap materi yang diberikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 18 Juni 2025 di Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Salemba dan diikuti oleh 25 orang warga binaan, seluruhnya berjenis kelamin laki-laki, dengan rentang usia antara 20 hingga 60 tahun. Variasi usia peserta mencerminkan perbedaan pengalaman kerja, latar belakang keterampilan, serta orientasi rencana hidup pasca pembinaan.

Selama pelaksanaan kegiatan, materi pelatihan yang mencakup pengembangan ide bisnis yang realistik, penyusunan proses bisnis menggunakan BMC, serta pengenalan peluang usaha tanpa modal awal, seperti *content creation* dan program *affiliate*, terbukti relevan dengan kebutuhan peserta. Seluruh

materi disampaikan melalui presentasi, diskusi interaktif, dan studi kasus yang mendorong keterlibatan aktif peserta.

Sesi pelatihan diawali dengan diskusi mengenai ide bisnis. Peserta diajak memahami bahwa usaha yang berkelanjutan berawal dari kemampuan mengembangkan konsep bisnis yang realistik dan sesuai dengan kebutuhan pasar dan potensi diri. Meskipun sebagian peserta awalnya menganggap bahwa ide bisnis sulit diwujudkan karena keterbatasan modal, diskusi menunjukkan bahwa keterampilan dalam merumuskan ide bisnis dapat dipelajari dan dikembangkan dalam waktu yang relatif singkat apabila didukung dengan pendekatan yang tepat. Tahap awal pengembangan ide difokuskan pada identifikasi segmen dan target konsumen, penentuan kebutuhan konsumen, serta perumusan produk atau jasa yang relevan. Peserta kemudian diarahkan untuk menyederhanakan produk atau jasa menjadi ide bisnis yang realistik sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki.

Kegiatan dilanjutkan dengan penyusunan rencana bisnis sederhana menggunakan *BMC*. Pendekatan ini membantu peserta memvisualisasikan alur bisnis secara sistematis dan memahami hubungan antara proposisi nilai, segmen konsumen, saluran distribusi, serta struktur biaya dan potensi pendapatan. Peserta menyatakan bahwa *BMC* memudahkan pemahaman logika bisnis tanpa harus berhadapan dengan konsep perencanaan usaha yang kompleks.



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan dan Diskusi Interaktif

Diskusi berikutnya berfokus pada strategi penyaluran produk dan jasa melalui pemasaran digital. Pada tahap ini, pemasaran digital diperkenalkan sebagai sarana yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Peserta memperoleh pemahaman mengenai berbagai bentuk pemasaran digital, termasuk periklanan melalui platform media sosial seperti YouTube, Facebook, dan TikTok, serta pemanfaatan *marketplace* sebagai sarana transaksi. Diskusi dilakukan secara kritis, terutama terkait kelebihan dan keterbatasan iklan digital serta pentingnya komunikasi yang autentik agar tidak menimbulkan ketidakpercayaan konsumen.

Interaksi intensif antara fasilitator dan peserta membuka ruang diskusi mendalam mengenai peluang usaha tanpa modal. Dua bidang yang paling diminati adalah *content creation* dan program *affiliate*. Peserta memahami bahwa kreativitas dapat dikembangkan menjadi sumber pendapatan tanpa

modal besar melalui pembuatan konten seperti ulasan produk, tips memasak, *storytelling*, dan *daily vlog*. Apabila konten memperoleh respons positif, potensi pendapatan dapat diperoleh melalui iklan atau *sponsorship*. Selain itu, peserta juga menunjukkan minat terhadap program *affiliate* yang menawarkan pendapatan komisi 2% hingga 10% per transaksi, melalui promosi produk dengan membagikan tautan.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta mengungkapkan kebingungan dan keraguan dalam merencanakan usaha pasca pembinaan. Hambatan utama yang diungkapkan meliputi keterbatasan modal, minimnya dukungan keluarga, serta kekhawatiran terhadap stigma sosial sebagai mantan warga binaan. Setelah mengikuti kegiatan, peserta menunjukkan perubahan cara pandang yang lebih positif. Beberapa peserta dengan dukungan keluarga bahkan menyampaikan rencana untuk membuka usaha di luar negeri. Menariknya, ada peserta yang mengungkapkan keahlian memasak masakan Eropa yang sebelumnya belum dipandang sebagai peluang usaha, dan mulai merencanakan pengembangan usaha kuliner berbasis keahlian tersebut. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini membantu peserta mengaitkan keahlian tersebut dengan peluang usaha nyata, serta meningkatkan kepercayaan diri untuk menjadikan keterampilan sebagai sumber penghidupan.

Tabel 1. Perubahan Kondisi Mitra Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pengabdian

<b>Aspek</b>	<b>Sebelum Kegiatan</b>	<b>Setelah Kegiatan</b>
Persepsi terhadap modal usaha	Modal sebagai hambatan utama	Modal bukan satu-satunya faktor
Kepercayaan diri	Rendah	Meningkat
Pemahaman kewirausahaan	Terbatas dan konvensional	Lebih realistik dan aplikatif
Kemampuan merumuskan ide usaha	Belum terarah	Lebih spesifik dan berbasis keahlian
Kesiapan pasca pembinaan	Rendah	Meningkat

Temuan ini menunjukkan bahwa literasi pemasaran digital berperan sebagai pemicu perubahan cara pandang peserta terhadap kewirausahaan. Hasil pengabdian ini sejalan dengan temuan (Mustakim Nur & Priyono, 2024) serta mendukung pandangan (Osterwalder & Pigneur, 2010) mengenai efektivitas *BMC* bagi pelaku usaha pemula. Secara konseptual, kegiatan ini menegaskan pentingnya pendekatan pemberdayaan yang mengintegrasikan peningkatan kapasitas teknis dan penguatan psikososial bagi warga binaan. Lebih lanjut, munculnya rencana usaha berbasis keahlian spesifik, seperti usaha kuliner masakan Eropa, menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil menggali potensi tersembunyi peserta. Temuan ini menguatkan argumen mengenai peran teknologi digital dalam mendorong inklusi ekonomi berbasis kompetensi individu. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis peserta, tetapi juga berkontribusi pada penguatan identitas dan kepercayaan diri warga binaan sebagai individu produktif yang siap berkontribusi secara ekonomi dan sosial.

## PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa literasi pemasaran digital dapat menjadi pendekatan pemberdayaan yang efektif dalam meningkatkan kesiapan kewirausahaan warga binaan. Melalui pendekatan pembelajaran orang dewasa dan metode partisipatif, peserta mampu mengembangkan cara pandang yang lebih realistik terhadap peluang usaha di era ekonomi digital. Pengembangan ide bisnis berbasis keahlian individu serta pemanfaatan *BMC* terbukti membantu meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan peserta dalam merencanakan usaha pasca pembinaan. Secara konseptual, kegiatan ini menegaskan bahwa pemberdayaan ekonomi bagi warga binaan memerlukan pendekatan yang terintegrasi antara peningkatan keterampilan teknis dan penguatan aspek psikologis serta sosial guna mendukung kemandirian ekonomi dan proses reintegrasi sosial yang berkelanjutan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Salemba atas dukungan, kerja sama, dan fasilitasi yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh warga binaan yang telah berpartisipasi aktif dan terbuka selama proses pelaksanaan kegiatan. Selain itu, penulis mengapresiasi dukungan institusional dari Perbanas Institute yang telah mendukung pelaksanaan program pengabdian ini. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan kapasitas dan kemandirian ekonomi warga binaan

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andriansyah, A., Ernawati, E., Herman, H., & Budi Rahayu, P. (2024). Keterampilan Digital: Pengaruh Kompetensi Digital terhadap Minat Bisnis Online. *Jurnal Pekommas*, 9(2), 337–346. <https://doi.org/10.56873/jpkm.v9i2.5850>
- Andriansyah, D., Nainggolan, E., Sadewo, bayu, Angel Purba, E. L., Saragi, S. M., & Ananda, R. A. (2024). View of Pendampingan Digital Entrepreneurship Melalui Incubation Process Pada Warga Binaan Pemasyarakatan Perempuan Kelas IIA Kota Medan. *Pelita Masyarakat*, 2(5), 96–110.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet 2025*.
- Astawa, I. G., Sukita, W., & Sujana, I. M. (2020). Pemberdayaan Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan Kelas II Kerobokan Melalui Pelatihan Tata Boga dan Patiseri. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 2(3), 115–122. <https://ft.untidar.ac.id/tri-dharma/>
- Kontan. (2025). Transaksi Ecommerce Indonesia 2019 - 2024 . *Kontan*.
- Kussanti, D. P., Wardani2, D. M., Napitupulu, R. L., & Yulianto, A. (2022). Sosialisasi Content Creator Pemula Bagi Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara Sebagai Pendorong Industri Kreatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa (JPMF)*, 1(2), 161–172. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jpmf>
- Mustakim Nur, & Priyono, B. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awarness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perumda Dharma Jaya Provinsi DKI Jakarta. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 12.
- Nur, A. F., & Subroto, M. (2024). Strategi Dan Langkah Optimalisasi Pemasaran Digital Produk Kerajinan Warga Binaan Melalui E- Commerce. *Central Pulisher*, 2(12 2024), 2964–2970.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. John Willy & Sons, Inc. Hoboken.
- Sudoto, Supriyanto, & Umar, A. H. (2024). Penyuluhan dan Mentoring Pemanfaatan Platform Digital untuk Agrowisata Petik Durian di Desa. In *Khodimul Ummah: Journal of Community Service* (Vol. 3, Issue 1).