



PELATIHAN DIGITAL MARKETING DI MADRASAH TSANAWIYAH AZZIDIN MEDAN DENAI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH SISWA BARU

Edy Firmansyah¹, Anto Tulim², Ilhamsyah Siregar³, Arham Syaukani⁴,
Dea Okviar Egano Napitupulu⁵

^{1, 3, 4, 5}Universitas Putra Abadi Langkat, Jl. Letjen R. Soeprapto No. 10, Sumatera Utara, 20814, Indonesia

²Universitas Mikroskil, Jl. M.H. Thamrin No. 140, Medan, Sumatera Utara, 20212, Indonesia

Email: edyf81867@gmail

Article History

Received: 22-03-2025

Revision: 05-04-2025

Accepted: 11-04-2025

Published: 16-04-2025

Abstract. Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan, which was opened in 2010, is a junior high school-level madrasah in Medan City. At that time, this madrasah had 123 students. Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan had 85% of students in 2023, but in 2024 the number dropped to 73 students. This madrasah strives to produce marketing personnel who are able to improve accurate communication in digital media and tend to be objective. Continuous training is needed, where this training aims to improve the ability to promote through effective communication in order to increase the number of new students at Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan. The materials used for this training are wifi networks, materials for creating marketing websites via computers, laptops, complete hardware and software, and books on communication techniques in advertising, while the method of implementing community service is carried out using lecture, practice and simulation methods, where the results of implementing community service through digital marketing training from the Azzidin Medan Middle School can increase the understanding and knowledge of training participants about digital marketing by 85% of the total 37 participants who attended.

Keywords: Training, Digital Marketing, New Students

Abstrak. Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan merupakan sekolah ini berupaya keras untuk mencetak tenaga pemasaran yang mampu meningkatkan komunikasi yang akurat di media digital dan cenderung objektif dibutuhkan pelatihan yang berkesinambungan, dimana pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan untuk melakukan promosi melalui komunikasi yang efektif dalam rangka meningkatkan jumlah siswa baru di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan. Bahan-bahan yang digunakan untuk pelatihan ini adalah jaringan internet bahan untuk pembuatan *website marketing* melalui komputer, laptop, *hardware* dan *software* lengkap, serta buku mengenai teknik komunikasi dalam periklanan, sedangkan metode pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan dengan metode ceramah, praktek dan proses analisis data dilakukan dengan menggunakan dimana hasil dari pelaksanaan pengabdian melalui pelatihan pemasar digital dari sekolah Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta pelatihan tentang pemasaran digital sebanyak 85% dari total 37 peserta yang hadir.

Kata Kunci: Pelatihan, Pemasaran Digital, Siswa Baru

How to Cite: Firmansyah, E., Tulim, A., Siregar, I., Syaukani, A., & Napitupulu, D. O. E. (2025). Pelatihan Digital Marketing di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai untuk Meningkatkan Jumlah Siswa Baru. *EMPOWERMENT: Journal of Community Practice*, 2 (1), 50-61. <http://doi.org/10.54373/empow.v2i1.97>

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah serangkaian prosedur, taktik, dan tindakan yang digunakan untuk mengiklankan, memasarkan, dan menjual barang dan jasa kepada pelanggan. Ada beberapa jenis kegiatan pemasaran, diantaranya adalah dengan terlebih dahulu melakukan riset pasar, promosi dan periklanan yang dilakukan melalui pemasangan baliho, pamflet, brosur dan iklan melalui media massa, media cetak, media elektronik dan pada masa sekarang ini bisa dilakukan dengan media sosial, seperti facebook dan instagram, serta kegiatan pemasaran melalui media digital, seperti *e-commerce*. Selain itu, kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan memasarkan dan memperkenalkan *branding* atau merek agar dikenal oleh konsumen (Kumar, 2024). Pemasaran dengan menggunakan media sosial pada masa sekarang ini menggunakan aplikasi digital, dimana aplikasi digital yang sekarang ini masih ada, seperti facebook, instagram, tik-tok, serta youtube. Di dalam aplikasi digital yang berkembang saat ini, setidaknya harus dilakukan pemodifikasian strategi pemasaran dan komunikasi yang tepat agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk yang dipromosikan kepada konsumen (Sirait, 2023).

Pihak produsen yang mempromosikan produk melalui pemasaran digital haruslah dapat menjangkau konsumen tidak saja konsumen yang dikenal dekat dengan produsen, tetapi juga harus menjangkau konsumen yang jauh, dimana dengan pemasaran digital inilah konsumen yang jauh dapat terjangkau dan mengetahui produk yang akan kita pasarkan ke konsumen tersebut (Mandasari, et al, 2023). Dalam menjalankan dan melaksanakan kegiatan pemasaran digital diperlukan suatu produk yang benar-benar dikenal dan dibutuhkan oleh masyarakat selaku konsumen, dimana produk yang dipasarkan harus diakui sebagai produk yang berkualitas yang nantinya mudah untuk dilakukan kegiatan pemasaran secara digital. Selain itu, aplikasi digital membutuhkan SDM marketing, selain memahami penggunaan aplikasi digital, SDM marketing juga harus memahami produk dan bisa menginformasikan produk yang ada. SDM juga harus menginformasikan bagaimana penggunaan layanan atau aplikasi yang tepat kepada konsumen agar konsumen bisa memilih produk dan toko yang sesuai dengan keinginan produknya.

Pada saat menjalankan kegiatan pemasaran digital diperlukan adanya sumber daya manusia yang diperuntukkan untuk menjalankan aktivitas menyampaikan informasi mengenai produk, serta penggunaan layanan atau aplikasi yang dibutuhkan, dimana sumber daya manusia ini harus sesuai dan selaras di bidangnya, sehingga nantinya SDM dapat dengan mudah menjalankan aplikasi tersebut dan menyampaikan informasi mengenai produk yang akan dipasarkan melalui aplikasi pemasaran digital (Hutagalung, Juniar, 2024).

Pihak manajemen pemasaran memegang peranan sangat penting dalam menciptakan suatu bentuk promosi di aplikasi digital dengan kata-kata dan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan realita yang ada, dimana kadang-kadang masih ada kata-kata atau komunikasi pemasaran yang belum sesuai, sehingga pemasaran digital yang tersedia tidak digunakan oleh pelanggan, dimana pelanggan atau konsumen bisa menggunakan aplikasi ini dengan dibantu pihak pengelola aplikasi yang berasal dari pihak manajemen pemasaran, dimana kemudahan penggunaan aplikasi digital ini akan memberikan dampak nyata pada tingkat keterkenalan aplikasi pemasaran digital. Keterkenalan aplikasi digital ini akan berimbas kepada tingkat keterkenalan dari produk, dimana dalam posisi yang sulit sekalipun jika keterkenalan dan kemudahan dalam menjalankan aplikasi kurang dipahami, maka akan memberikan dampak secara keseluruhan terhadap peningkatan kinerja pemasaran yang telah dilakukan (Wardi, dkk, 2024).

Peran aplikasi digital sangat vital bagi perkembangan peningkatan volume penjualan dan peningkatan jumlah pelanggan yang ada, dimana jumlah pelanggan akan sering bertambah seiring adanya layanan yang mempermudah pelanggan untuk mengkases dan menggunakannya dengan baik. *Digital marketing* adalah salah satu bentuk kegiatan pemasaran yang menggunakan teknologi digital melalui aplikasi digital yang tidak langsung saling berhadapan antara pembeli dan penjual, sehingga dibatasi oleh suatu bentuk aplikasi digital (Edy, dkk 2024). Pemasaran digital pada barang dan jasa sangat berbeda, dimana pemasaran digital pada usaha yang memproduksi barang adalah memasarkan produk melalui layanan digital dengan menginformasikan desain produk, fitur, serta fungsi dan manfaat produk, sedangkan pemasaran digital pada usaha yang menyediakan jasa, seperti sekolah dapat menjabarkan gambaran umum sekolah dan juga fasilitas yang mendukung sekolah, dimana fasilitas tersebut adalah fasilitas sarana dan prasarana sekolah, guru dan kelengkapan fasilitas administrasi sekolah (Tabiat, 2022).

Untuk sekolah Madrasah setingkat SMP diperlukan satu bentuk promosi yang efektif, dimana promosi yang efektif bisa dilakukan di media massa atau media sosial, serta media digital. Bentuk promosi yang efektif di media digital dapat dilakukan melalui media digital yang sudah tersedia melalui beberapa platform digital seperti youtube, facebook, serta instagram. Akan tetapi, hal mendasar yang perlu dipelajari dari pemasaran digital ini adalah bagaimana melakukan pemasaran secara efektif dan efisien untuk membuat siswa dan orang tua siswa tertarik untuk bersekolah di sekolah tersebut. Yang dibutuhkan oleh pihak sekolah adalah tenaga *marketing* yang ditunjuk harus mampu menjabarkan setiap informasi detail mengenai keunggulan sekolah, serta tidak terlalu berlebihan dalam mempromosikan yang

membuat informasi menjadi bias, sehingga akan mempengaruhi pemikiran pengguna jasa sekolah, yaitu siswa melalui orang tua siswa untuk bersekolah, serta belajar di sekolah tersebut, dimana informasi bias akan menjadi pertimbangan yang bagi orang tua siswa apakah ia akan berkenan anaknya untuk menimba ilmu di sekolah tersebut.

Informasi yang bisa yang diberikan oleh pihak marketing sekolah menandakan bahasa promosi yang ada masih belum mampu memberikan gambaran nyata mengenai kondisi sekolah, sehingga orang tua siswa menganggap bahwa fasilitas sekolah belum sepenuhnya memadai, dimana sekolah dianggap memanipulasi data informasi yang menjadi keunggulan sekolah, akibatnya banyak yang ragu dengan informasi yang ada, sehingga akan berakibat pada penurunan jumlah siswa yang masuk ke sekolah tersebut, sehingga situasi ini mengindikasikan bahwa pihak marketing masih belum memiliki kemampuan komunikasi yang utuh dalam mempromosikan sekolah secara baik dan efektif. Hal ini membuat komunikasi promosi tidak membuat konsumen tertarik untuk menggunakan jasa pendidikan yang ada. Selain itu, pemasaran digital ini bisa dilakukan dengan proses pengelolaan *website*, pengelolaan media sosial, seperti membuat *website*, teknik melakukan SEO (*Search Engine Optimization*) untuk mengoptimalkan sebuah *website*, pelatihan manajemen media sosial melalui pelatihan komunikasi promosi melalui media sosial, seperti youtube, facebook dan instagram, serta pelatihan pembuatan konten kreatif melalui media sosial dan whatsapp.

Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai adalah salah satu sekolah agama setingkat SLTP yang telah hadir di Kota Medan sekitar Tahun 2010, dimana waktu itu jumlah siswa sebanyak 123 orang siswa. Pada Tahun 2023 jumlah siswa Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan sebanyak 85 siswa, serta Tahun 2024 jumlah siswa menurun sebanyak 73 orang siswa, dimana pihak sekolah belum mampu menciptakan tenaga pemasaran yang dapat meningkatkan komunikasi yang benar di media digital dan cenderung tidak bias, sehingga untuk meningkatkan minat siswa bersekolah di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan ini, maka diperlukan orang-orang yang kredibel, serta berintegritas dan memiliki pola komunikasi yang efektif dan bermakna, dimana sasaran pelatihan ini tidak hanya tenaga *marketing*, tetapi juga guru dan staf yang berjumlah 37 orang. Selain itu, kondisi fasilitas internet (Jaringan Wifi) dan fasilitas komputer Di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan juga belum memadai, sehingga menghambat proses pelaksanaan kegiatan pemasaran digital kepada orang tua calon siswa yang akan menggunakan layanan sekolah di Madrasah Tsanawiyah.



Gambar 1. Kondisi Fasilitas dan jaringan Komputer

Situasi ini dapat terlihat dari kondisi terkini dari Madrasah Tsanawiyah mengenai kondisi yang masih belum memadai, kondisi SDM yang masih belum kompeten dalam menjalankan pemasaran digital, sehingga promosi yang dilakukan masih belum mencapai dengan target yang sudah direncanakan sebelumnya oleh Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan. Oleh karena itu dibutuhkan adanya bentuk pelatihan mengenai pemasaran digital, seperti (1) pelatihan dasar pemahaman pemasaran digital, (2) pelatihan pengelolaan *website*, pemasaran dan komunikasi melalui *website* Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan, (3) pelatihan pengelolaan media digital, pemasaran dan komunikasi melalui media digital, dan (4) pelatihan pembuatan konten promosi di media *website* dan media digital.

Berdasarkan pelatihan yang diadakan oleh pihak Universitas Putra Abadi Langkat dan pihak Universitas Mikroskill, maka dapat membantu Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan, khususnya pihak tenaga marketing menjadi SDM yang mampu menciptakan bentuk promosi yang efektif, serta ideal dan komunikatif, sehingga dapat menciptakan SDM yang benar-benar mampu menarik minat siswa melalui orang tua tertarik untuk menggunakan layanan pendidikan Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai.

BAHAN DAN METODE

Adapun bahan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah, seperti jaringan wifi, bahan untuk pembuatan *website marketing* melalui komputer, *hardware* dan *software* lengkap, serta buku mengenai teknik komunikasi dalam periklanan, serta jika terjadi kekuarangan komputer dapat menggunakan laptop. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan menggunakan metode ceramah untuk pemaparan pelatihan mengenai pelatihan dasar pemasarna digital, khusus untuk unit marketing, guru, staf dan juga pihak Tata Usaha, dimana kesemuanya menyatu menjadi satu-kesatuan tim untuk melakukan promosi secara baik dan efektif. Selain menggunakan ceramah juga dilakukan metode praktek dan simulasi terhadap pelatihan pengelolaan *website*, pemasaran melalui

website, serta komunikasi melalui website Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan, pelatihan pengelolaan media digital, pemasarna melalui media digital, serta komunikasi melalui media digital, serta pelatihan pembuatan konten promosi di media *website* dan media digital. Analisa data yang dilakukan adalah melalui analisa deskriptif.

HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN

Hasil pelaksanaan pengabdian yang dilakukan oleh pihak Universitas Putra Abadi Langkat dna pihak Universitas Mikroskill Medan dalam upaya meningkatkan kemampuan pihak marketing, guru, staf dan pihak tata usaha dalam upaya menciptakan bentuk promosi atau pemasaran yang kreatif melalui media digital, seperti *website*, youtube, facebook dan instagram dalam rangka membantu Madrasah Tsanawiyah Medan dalam meningkatkan kumlah siswa di tahun yang akan datang.

Pelatihan Dasar Pemahaman Pemasaran Digital

Pelatihan yang dilaksanakan pada Pukul 8.00-9.00, dimana materi pelatihan adalah pemahaman pengertian pemasarna digital, jenis-jenis produk pemasaran digital, cara memasarkan produk jasa pada konteks pemasaran digital yang dibawakan oleh Bapak AT dari Universitas Mikroskill Medan. Selain itu, pelatihan dasar ini juga dilakukan melalui pelatihan proses manajemen pemasaran dari pengenalan produk dan layanan sekolah, harga masuk sekolah Madrasah, pendirian distribusi produk dan layanan sekolah melalui aplikasi digital, serta promosi tentang Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan. Adapun gambaran mengenai pelatihan daar dapat dilihat pada Gambar berikut ini:



Gambar 2. Kondisi pelatihan dasar pemahaman pemasarn digital di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan

Pelatihan Pengelolaan *Website*, pemasaran dan komunikasi melalui *Website* Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan

Pelatihan Pengelolaan Website

Pelatihan yang dilakukan adalah pelatihan membuat *website* melalui wordpress, melakukan penambahan konten di *website* dan melakukan optimalisasi Url, serta pembuatan kata di Google untuk meningkatkan peringkat di Google. Pelatihan ini dilakukan secara simulasi dan praktek pada Pukul 9.00-9.30WIB oleh Bapak ASY dibantu dengan Bapak AM dari Universitas Putra Badai Langkat.



Gambar 3. Kondisi Pelatihan Pengelolaan Website, Pemasaran dan Komunikasi melalui Website Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan

Pelatihan Pemasaran Melalui Website

Pelatihan yang dilakukan adalah dengan membangun website dengan memilih platform yang sesuai, yaitu Wordpress, menciptakan strategi konten yang akan dibuat di website melalui blog, serta penggunaan kata kunci melalui SEO (*Search Engine Optimization*) untuk mengoptimalkan sebuah *website*. Pelatihan ini dilakukan pada oleh Bapak ASY dibantu dengan Bapak AM dari Universitas Putra Badai Langkat yang dilaksanakan pada Pukul 09.30-10.00 WIB.



Gambar 4. Kondisi pelatihan pengelolaan media sosial, pemasaran dan komunikasi di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan

Pelatihan Komunikasi Melalui Website

Pelatihan yang dilakukan adalah menentukan segmentasi pelanggan untuk Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan, pelatihan komunikasi promosi melalui website, serta pemanfaatan *story telling* di website yang ada dengan menambahkan informasi kegiatan sekolah Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai. Pelatihan ini dilakukan pada oleh Bapak DOEN dibantu dengan Bapak Amran Manalu dari Universitas Putra Badai Langkat yang dilaksanakan pada Pukul 10.00-10.30 WIB.

Pelatihan Pengelolaan Media Sosial dan Pemasaran Melalui Media Digital*Pelatihan Pengelolaan Media Sosial*

Pelatihan yang dilakukan adalah pelatihan memanfaatkan *story telling* di media sosial dan membuat optimasi terhadap profil Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai di media sosial. Pelatihan ini dilakukan secara simulasi dan praktek pada oleh Bapak ASY dibantu dengan Bapak AM dari Universitas Putra Badai Langkat yang dilaksanakan pada Pukul 10.30-11.00 WIB.

Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial

Pelatihan yang dilakukan adalah dengan melatih proses mengunggah pengenalan Madrasah, serta informasi yang berkaitan dengan layanan dan fasilitas sekolah ke media sosial, serta untuk mengoptimalkan *storytelling* di media sosial untuk promosi sekolah. Pelatihan ini dilakukan pada Pukul 11.00-11.30 WIB oleh Bapak AS dibantu dengan Bapak AM dari Universitas Putra Badai Langkat.

Pelatihan Komunikasi Melalui Media Digital

Pelatihan yang dilakukan adalah melakukan pelatihan komunikasi promosi melalui media sosial, seperti facebook, youtube dan instagram, serta pemanfaatan *story telling* di media sosial yang ada dengan menambahkan informasi kegiatan sekolah Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai, serta konten bahasa yang menarik. Pelatihan ini dilakukan pada Pukul 11.30-12.00 WIB dibantu dengan Bapak AM dari Universitas Putra Badai Langkat.

Pelatihan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial

Dilakukan melalui pelatihan pendesainan konten promosi di media sosial, mendesain bahasa yang cocok untuk promosi dan konten di media sosial, serta pelatihan untuk mendesain konten di video yang akan disebarakan melalui instagram dan facebook, serta tik-tok. Pelatihan

ini dilakukan pada Pukul 11.30-12.00 WIB oleh Bapak DOEN dibantu dengan Bapak Frans Ikorasaki dari Universitas Putra Badai Langkat. Adapun gambaran pelatihan konten promosi dapat dilihat pada Tabel berikut:



Gambar 5. Kondisi pembuatan konten promosi di media sosial di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan

Dengan adanya pelatihan ini dari hasil evaluasi yang ada, maka dapat dikatakan 85% memahami pembelajaran mengenai materi pelatihan yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah siswa di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan melalui pelatihan pemasaran digital. Hal ini dapat terlihat dari jumlah peserta yang meningkat pengetahuannya sebesar 85% dari 37 peserta yang hadir dalam pelatihan pemasaran digital tentang promosi sekolah Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan.

DISKUSI

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian, maka diperoleh hasil dari pelaksanaan pelatihan pemasaran digital di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai yang dilakukan oleh Universitas Putra Abadi Langkat dan Universitas Mikroskill Medan dengan materi pelatihan pengenalan dasar pemasaran digital, pelatihan pengelolaan *website* dan media sosial, pelatihan pemasaran *website* dan media sosial, serta pelatihan pembuatan konten pemasaran di media sosial, dimana hasilnya 85% peserta pelatihan yang merupakan guru, tenaga *marketing* dan tata usaha memiliki yang jumlahnya 37 peserta memiliki pengetahuan tentang pemasaran dan ditargetkan akan meningkatkan siswa sebesar 100 orang siswa di tahun ajaran 2025-2026. Situasi ini sejalan dengan pengabdian masyarakat dari (Novianti, 2023) yang menyatakan bahwa jika pelatihan pemasaran digital ini dimaksimalkan, maka akan mampu meningkatkan jumlah siswa dengan jumlah maksimal dan dapat menciptakan kreatifitas tersendiri dan menciptakan strategi pemaaran dan strategi pembelajaran yang berbeda, sehingga akan

meningkatkan minat siswa pada Madrasah Aliyah Api Sipare-Pare Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil program pengabdian kepada masyarakat dan pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan oleh Universitas Putra Abadi Langkat dan Universitas Mikroskill Medan di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan Denai yang meliputi materi pelatihan pengenalan dasar pemasaran digital, pelatihan pengelolaan *website* dan media sosial, serta pelatihan pembuatan konten pemasaran di media sosial, diperoleh peserta sebanyak 37 orang atau 85% dari jumlah peserta, yaitu guru, tenaga pemasaran, dan tata usaha di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku pihak yang melaksanakan pengabdian mengucapkan terima kasih kepada para pihak, khususnya pihak Madrasah Tsanawiyah Azzidin Medan yang telah memberikan kesempatan untuk bisa melaksanakan pengabdian masyarakat secara berkesinambungan dalam rangka meningkatkan kemampuan pihak marketing, guru, staf dan pihak tata usaha dalam upaya menciptakan bentuk promosi atau pemasaran yang kreatif melalui media digital, seperti website, youtube, facebook dan instagram dalam rangka membantu Madrasah Tsanawiyah Medan dalam meningkatkan kumlah siswa di tahun yang akan datang.

REFERENSI

- Firmansyah, Edy, dkk. (2024). Pelatihan dan Pengajaran Implementasi Strategi Pemasaran Digital E-WOM Untuk Meningkatkan Jumlah Siswa Di Madrasah Tsanawiyah Azzidin Denai. *Jurnal Pelayanan Masyarakat*, 1(4), 26–35.
- Hutagalung, Juniar, dkk. (2024). Pelatihan Digital marketing Sebagai Strategi Pengembangan Marketing dan Branding Produk Pada UMKM. *Jurnal Abdimas TGD*, 3(2), 137–144.
- Kumar, S. (2024). Digital Marketing and Their Impact on Consumer Behaviour. *International Journal for Multidimensional Research Perspective*, 2(9), 27–44.
- Mandasari, Nur Fitriayu, Ashdaq, Muhammad dan Hasanuddin, R. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada Siswa Madrasah Aliyah Di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat. *ININNAWA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 180–186. <https://doi.org/10.26858/ininnawa.v1i2.594>
- Novianti, W. (2023). Pelatihan penggunaan Platform Digital Sebagai Media Pembelajaran Bagi Siswa Madrasah Aliyah Yapi Sipare-Pare Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara. *Inovasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–4.

- Sirait, et al. (2023). Marketing Communication Strategy in Maintaining Positioning Among Consumers By PT Federal International Finance Group Kapten Muslim Branch, Medan City. *Journal Britain International Humanities and Social Sciences Journal*, 5(2), 126–138.
- Tabiat, A. (2022). The Impact of Digital Marketing on Sales Performance: The Case of Lebanese Pharmaceutical Companies. *European Journal of Business and Management Research*, 7(4), 349–355. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.4.1600>
- Wardi, Moh., Susantin, Herlin dan Wahyudi, H. F. (2024). Promosi dan Marketing Madrasah Ibtidaiyah Negeri Berbasis Digital. *Jurnal Ibtida'*, 5(2), 229–244.

