

**IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL DAN APLIKASI AKUNTANSI  
DI PUSAT INFORMASI KONSELING REMAJA BANJARSARI****DIGITAL MARKETING AND ACCOUNTING APPLICATION  
IMPLEMENTATION AT BANJARSARI YOUTH  
COUNSELING INFORMATION CENTER**

<sup>1)</sup>Dian Nur Mastuti, <sup>2)</sup>Yuniatin T.D.K.W, <sup>3)</sup>Basuki Sri Rahayu, <sup>4)</sup>Jarot Santosa  
Universitas Dharma AUB Surakarta, Indonesia

Email : <sup>1)</sup>[dianmastuti@gmail.com](mailto:dianmastuti@gmail.com) , <sup>2)</sup> [yuniatintrisanawati@gmail.com](mailto:yuniatintrisanawati@gmail.com)  
<sup>3)</sup>[basukisrirahayu56@gmail.com](mailto:basukisrirahayu56@gmail.com) , <sup>4)</sup> [jrtsnts@gmail.com](mailto:jrtsnts@gmail.com)

**ABSTRAK**

Indonesia memasuki masa Bonus Demografi yang merujuk pada fenomena penambahan jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun) yang membawa keuntungan bagi perekonomian suatu wilayah, artinya remaja memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian Negara. Optimalisasi potensi remaja sebagai pendukung kemajuan perekonomian negara perlu dilatih dan didampingi agar terarah dan memaksimalkan keterampilan remaja. Pelatihan dan pendampingan dilakukan melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan pemanfaatan smartphone dan medsos untuk menghasilkan rupiah. Kegiatan PkM dilakukan pada 40 remaja di Pusat Informasi Konseling Remaja Banjarsari dengan tahapan pemetaan awal, pelatihan digital marketing melalui "imooji" dan "canva", pelatihan Aplikasi Akuntansi "Catatan Keuangan" yang tersedia di playstore, dan dilanjutkan dengan pendampingan dan sesi Tanya jawab. Keberhasilan kegiatan PkM diukur dari kemampuan peserta dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan tentang digital marketing dan aplikasi pembukuan melalui smartphone. Tindak lanjut kegiatan PkM melalui survey kepada peserta memperoleh hasil bahwa 75% peserta dapat mengikuti kegiatan dengan baik. Survey juga menemukan hasil bahwa 79% peserta merasa kegiatan PkM sangat bermanfaat, 75% merasa pelatihan yang diberikan mudah untuk diikuti dan diaplikasikan, serta 80% merasa puas dengan kegiatan PkM yang diikuti. Kegiatan PkM bermanfaat bagi remaja secara keseluruhan sebagai tambahan keterampilan di era teknologi serta memiliki potensi untuk dapat dikembangkan melalui kegiatan PkM selanjutnya.

**Kata Kunci :** Digital Marketing, Aplikasi Akuntansi, Pemanfaatan Smartphone, Imooji, Canva

**ABSTRACT**

Indonesia is entering the Demographic Bonus period which refers to the phenomenon of increasing the number of productive age population (15-64 years) which brings benefits to the economy of a region, meaning that youth play an important role in advancing the country's economy. Optimizing the potential of youth as a supporter of the progress of the country's economy needs to be trained and assisted so that it is directed and maximizes youth skills. Training and mentoring is carried out through Community Service activities by using smartphones and social media to generate rupiah. PkM activities were carried out with 40 teenagers at the Banjarsari Youth Counseling Information Center with initial mapping stages, digital marketing training through "emoji" and "canva", training on the Accounting Application "Financial Notes" available on the playstore, and continued with mentoring and question and answer sessions. The success of PkM activities is measured by the ability of participants to take part in training and mentoring on digital marketing and bookkeeping applications via smartphones. Follow-up of PkM activities through a survey of participants obtained the result that 75% of participants were able to take part in the activity well. The survey also found that 79% of participants felt that the PkM activities were very useful, 75% felt the training provided was easy to follow and apply, and 80% were satisfied with the PkM activities they participated in. PkM activities are beneficial for youth as a whole as additional skills in the technological era and have the potential to be developed through further PkM activities.

**Keywords :** Digital Marketing, Accounting Application, Smartphone utilization, Imooji, Canva

Received: 2023-03-30; Approved: 2023-06-16; Published: 2023-06-06

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki jumlah populasi penduduk yang sangat tinggi di dunia dengan jumlah penduduk sebanyak 275,77 juta jiwa dengan 69,25% diantaranya adalah penduduk usia produktif. Indonesia memasuki masa Bonus Demografi yang merujuk pada sebuah fenomena penambahan jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun) yang membawa keuntungan bagi perekonomian suatu wilayah. Kelompok penduduk ini dapat menjadi motor penggerak dalam pemanfaatan sumber daya dan teknologi sehingga output perekonomian dapat meningkat. Terdapat hubungan yang positif antara persentase banyaknya penduduk usia produktif dan PDRB per kapita (Statistik, 2022).

Berdasarkan hal tersebut, maka remaja memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian Negara. Remaja adalah usia transisi dimana seorang individu telah meninggalkan usia kanak-kanak yang lemah dan penuh ketergantungan. Semakin maju masyarakat semakin panjang usia remaja karena ia harus mempersiapkan diri untuk menyesuaikan dirinya dengan masyarakat banyak dan menyesuaikan diri terhadap tuntutan (DKW, Nur, & Mulyadi, 2022). Optimalisasi potensi remaja sebagai pendukung kemajuan perekonomian negara tersebut perlu didampingi dan diberikan pelatihan agar terarah dan dapat memaksimalkan keterampilan remaja. Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan melalui pemanfaatan *smartphone* dan media sosial sebagai media penghasil pundi – pundi rupiah (Sutrisno & Eko Arief Cahyono, 2022).

Pengoptimalisasian *smartphone* dan media sosial ini dilakukan berdasarkan fenomena bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat, mencapai rata-rata 15% per tahun. Hampir 150 juta dari 268,3 juta orang Indonesia adalah pengguna media sosial aktif. Rata-rata setiap orang memiliki 11,2 akun. Intensitas rata-rata waktu harian yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial melalui *smartphone* di Indonesia adalah 3 jam 26 menit. Angka ini lebih tinggi dari angka global, yaitu hanya 2 jam 16 menit (UNAIR news, 2020).

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang menunjukkan pentingnya *smartphone* dan media sosial untuk memaksimalkan pendapatan telah dilakukan oleh beberapa pengabdian diantaranya (Hanif, Swasti Putri, & Dkw, 2021) memberikan edukasi dan pelatihan untuk melakukan pemasaran melalui *platform* digital berupa *facebook ads* dan pembukuan digital catatan keuangan memperoleh hasil bahwa pelaku UMKM dapat menggunakan *smartphone* untuk memaksimalkan penjualan dan mempermudah

pencatatan penjualan keuangan secara ringkas dan mudah, (Dewi, Haryanto, & Santoso, 2020) melakukan pelatihan pembukuan melalui aplikasi SIAPIK memperoleh hasil bahwa peserta UMKM dapat melakukan pembukuan sederhana dimanapun dan kapanpun melalui *smartphone*, (DKW et al., 2022) melakukan pelatihan dan edukasi digital marketing melalui imooji dan catatan keuangan TokoKu memperoleh hasil bahwa remaja mampu menggunakan *digital marketing* dan aplikasi pembukuan digital untuk mengelola bisnis baik yang telah dimiliki oleh keluarga ataupun rencana usaha baru dengan memanfaatkan *smartphone*, dan (Minniarni et al., 2022) melakukan pelatihan penggunaan *smartphone* untuk melakukan penjualan melalui *online shop* dan tiktok serta youtube memperoleh hasil bahwa remaja memahami arti pentingnya *Smartphone* untuk hal yang positif sehingga dapat mengembangkan potensi diri sehingga dapat meningkatkan produktivitas para remaja Desa Muara Kalangan.

Di Banjarsari, Surakarta terdapat >40 remaja yang tergabung di Pusat Informasi Konseling Remaja. Pusat Informasi Konseling ini menyediakan pelatihan dan informasi – informasi yang bermanfaat bagi kemajuan remaja baik untuk saat ini ataupun untuk masa mendatang (Miranda, Aprilina, & Qintharah, 2022). Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini berupaya untuk membekali remaja di Pusat Informasi Konseling Remaja dengan *skill* yang diperlukan agar dapat berkontribusi dalam kemajuan ekonomi negara melalui *smartphone* dan media sosial dengan cara memberikan pelatihan dan pendampingan Implementasi Pemasaran Digital dan Aplikasi Akuntansi sederhana. Selain itu, latar belakang remaja mayoritas memiliki usaha keluarga yang dapat dimaksimalkan potensinya sehingga bisnis yang dijalankan nantinya akan bersifat daring dan tidak harus dilakukan secara tatap muka (Hanif et al., 2021).

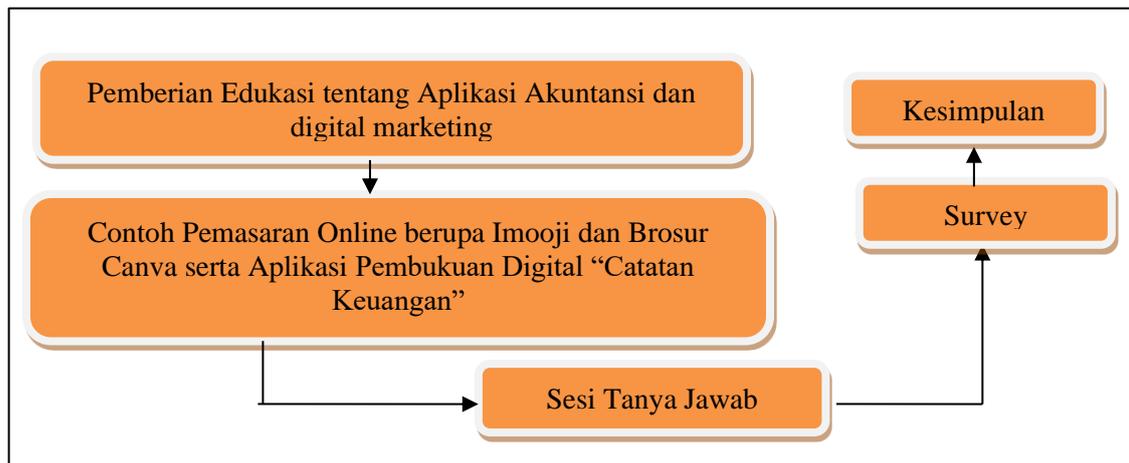
## **METODE**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan metode difusi iptek dengan pemberian ceramah tentang *Digital marketing* melalui Imooji dan Canva serta pembukuan sederhana melalui Aplikasi Pembukuan sederhana ”Catatan Keuangan”, dilanjutkan dengan praktek pelatihan dan pendampingan (Bukit, A.S, Irvan, & Fahmi, 2019). Secara lengkap Metode atau bentuk kegiatan dilaksanakan dengan cara sebagai berikut :

Tabel 1.  
Metode kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Awal	Metode	Outcome
Ceramah dan Pelatihan	Memberikan pemahaman dan pelatihan tentang Aplikasi Akuntansi dan digital marketing	Memahami dan praktek menggunakan Aplikasi Akuntansi dan digital marketing
Pendampingan	Pendampingan untuk menggunakan Aplikasi Akuntansi dan digital marketing	Dapat menggunakan Aplikasi Akuntansi dan digital marketing
Pemecahan masalah	Menggunakan Aplikasi Akuntansi dan digital marketing melalui internet (Arum Kanti, Studi Akuntansi, & Bisnis, 2021)	Dapat menggunakan Aplikasi Akuntansi dan menggunakan sosial media untuk pemasaran online

Dari uraian tersebut maka Kerangka Pemikiran disusun sebagai berikut :



Gambar 1. Metode kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 15 September 2023 dengan Peserta yaitu Anggota Pusat Informasi dan Konseling Remaja di Banjarsari, Surakarta. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan dengan beberapa langkah sebagai berikut :

1. Pemetaan latar belakang peserta, dengan jenis usaha atau bisnis yang dimiliki baik oleh keluarga atau oleh pribadi masing – masing agar dapat dipraktekkan secara langsung sebagai bahan latihan.
2. Pemberian Edukasi dan pelatihan penggunaan digital marketing pada *Smartphone* melalui Fitur Gratis Imooji dan Canva, serta Aplikasi Akuntansi Gratis berupa

Aplikasi "Catatan Keuangan" yang dapat diunduh di *Playstore* dan digunakan secara *offline* sehingga lebih mudah untuk digunakan dimanapun dan kapanpun. . Digital Marketing dapat dilakukan dengan berbagai macam metode dan media seperti sosmed dan *e-commerce*, namun dalam kegiatan PKM ini, tim memilih untuk menggunakan media Imooji dan Canva karena mudah untuk digunakan, tersedia berbagai *template* gratis, dan tidak perlu mempelajari desain untuk dapat membuat media promosi yang menarik. Selain itu, hasil pembuatan promosi tersebut dapat disebarluaskan melalui sosmed apapun yang dimiliki oleh peserta. Sedangkan untuk Aplikasi pembukuan, terdapat berbagai aplikasi Pembukuan sederhana yang dapat diunduh melalui *Playstore* dan digunakan oleh tim pengabdian terdahulu seperti buku warungku (Riani, Ramadhan, & Afrianto, 2021), Catatan keuangan TokoKu (DKW et al., 2022), SiApik (Dewi et al., 2020), Buku Kas (Miranda et al., 2022), dll. Pada kegiatan PkM ini, tim PkM menggunakan aplikasi yang berbeda yaitu aplikasi pembukuan "Catatan Keuangan" karena dianggap yang paling sederhana, mudah dipahami dan dipelajari.

3. Pendampingan dilakukan dengan mendampingi peserta dalam mempraktekkan materi yang telah diberikan secara langsung sesuai dengan panduan pada pelatihan.
4. Tanya jawab dan diskusi atas materi dan praktek yang telah diberikan dan dilaksanakan



Gambar 3. Kegiatan PKM di Banjarsari

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berjalan dengan cukup baik dan lancar, peserta antusias dan mengikuti pelatihan dengan baik dan berkomitmen.

Keberhasilan dari kegiatan PkM ini adalah peserta mampu menggunakan *smartphone* untuk melakukan kegiatan *Digital Marketing* dan Aplikasi Akuntansi.

Keunggulan dari kegiatan PkM ini adalah dengan peserta yang berusia muda, lebih mudah untuk menguasai materi karena melek teknologi dan cepat memahami alur kerja alat dan bahan, serta kegiatan ini dapat menjadi bekal bagi para peserta agar dapat mengelola bisnis secara digital, lebih mudah dan cepat dengan memanfaatkan *smartphone*. Sedangkan kelemahan yang dihadapi dalam kegiatan PkM ini adalah beberapa peserta mengalami kendala dalam menggunakan website imooji dan canva serta kesulitan mengunduh aplikasi dari *Playstore* karena terkendala sinyal kartu, paket data dan kuota data. Kendala ini diatasi dengan cara menggunakan *tethering* dari paket internet yang memiliki sinyal dan paket data yang kuat.

Dampak Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah peningkatan kemampuan remaja dalam penggunaan *smartphone* khususnya untuk kegiatan pemasaran online dengan menggunakan *platform* gratis dan tidak berbayar seperti imooji dan canva. Melalui *platform* tersebut, remaja dapat membuat pamflet, brosur, iklan, dan desain menu / alat dan bahan yang dijual dengan menggunakan media / *template* yang telah tersedia dengan bebas, tanpa harus mempelajari tatacara membuat desain secara profesional. Hal ini akan mempermudah dan mempersingkat proses promosi secara online serta lebih mudah untuk menyebarkan iklan tersebut kepada publik hanya dengan mengirim *link* / tautan dari pamflet, brosur ataupun iklan yang dapat dilihat secara *online* dengan jangkauan cakupan penyebaran yang lebih luas. serta lebih menghemat waktu, tenaga dan uang (Tdkw, Octaviani, Terry, Stie, & Surakarta, 2022).

Dampak dari penggunaan *smartphone* untuk pembukuan melalui Aplikasi Akuntansi adalah kemudahan dalam melakukan pembukuan sederhana untuk mencatat kegiatan jual beli yang terjadi pada bisnis serta penggunaan laporan keuangan dengan format yang tersedia pada aplikasi. Remaja tidak perlu mempelajari akuntansi secara formal dan detail namun mampu membuat laporan keuangan dengan baik dan praktis serta mudah (Sawir, 2016).

Setelah kegiatan Pelatihan dan pendampingan terlaksana, tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan survey kepada peserta untuk mengukur dan menilai hasil dari kegiatan PkM yang telah dilaksanakan dengan kuesioner berisi daftar pertanyaan

yang diadopsi dan disesuaikan dengan kebutuhan dari penelitian terdahulu (Anisah, 2021; Diyani, Kusumawati, & Meita, 2021; Fransisca, Yunus, & Saputri, 2021; Merdekawati, Kurniawan, Leidiyana, Ghazali, & Waryono, 2021) sebagai berikut :

Tabel 2.  
Formulir Survey kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
<b>Aspek Kebermanfaatan</b>						
1	Penggunaan Smartphone untuk pemasaran dan pembukuan sangat bermanfaat untuk aktivitas bisnis					
2	Pelatihan dan pendampingan dalam kegiatan PkM ini sangat bermanfaat bagi peserta					
3	Kegiatan PkM ini dapat diterapkan bagi peserta baik saat ini maupun di masa mendatang					
4	Kegiatan PkM bermanfaat bagi remaja untuk menambah keterampilan					
5	Peserta mendapat manfaat secara langsung dari kegiatan PkM					
<b>Aspek Kemudahan</b>						
6	Materi yang diberikan dalam kegiatan PkM ini sangat mudah untuk diterapkan dan digunakan					
7	Materi yang diberikan dalam kegiatan PkM ini sangat relevan dengan kebutuhan dan perkembangan teknologi					
8	Penyampaian Materi PkM detail dan mudah dipahami					
9	Saya dapat dengan mudah mengikuti dan mempraktekkan materi yang diberikan oleh narasumber					
<b>Aspek Kepuasan</b>						
10	Kegiatan PkM berjalan sesuai dengan ekspektasi peserta					
11	Pertanyaan dari peserta terjawab dengan baik dan memuaskan oleh narasumber					
12	Waktu yang disediakan dalam kegiatan PkM memadai dan sesuai dengan kebutuhan peserta					
13	Secara keseluruhan Peserta puas dengan materi dan penyampaian PkM oleh narasumber					

Daftar Pertanyaan yang diberikan pada peserta disusun dengan mempertimbangkan 3 (tiga) aspek yaitu :

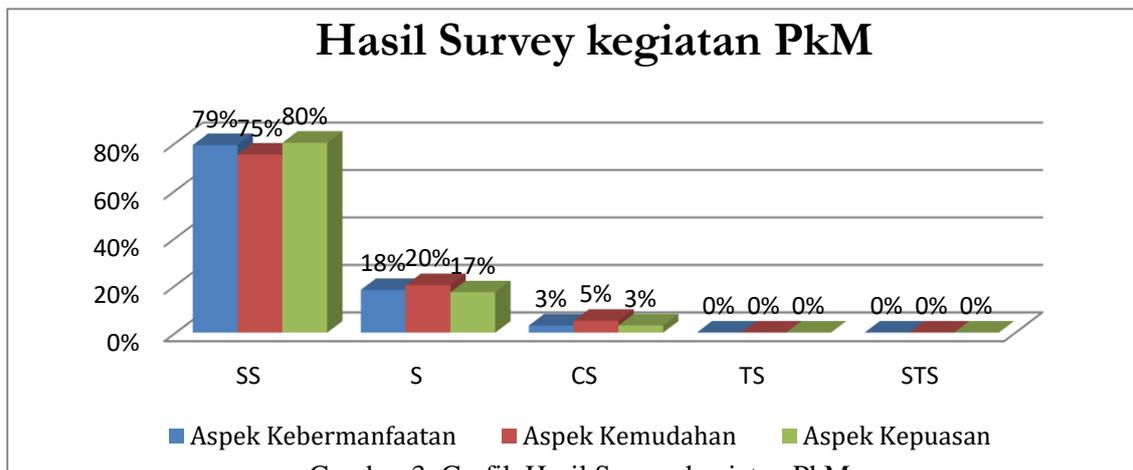
1. Aspek Kebermanfaatan yang berisi pertanyaan tentang kemanfaatan materi Pengabdian Kepada Masyarakat bagi bisnis dan bagi peserta

2. Aspek Kemudahan yang berisi pertanyaan tentang kemudahan penerapan materi Pengabdian Kepada Masyarakat baik secara penggunaan ataupun penerimaan peserta
3. Aspek Kepuasan berisi pertanyaan tentang kepuasan peserta terhadap materi yang diberikan maupun penyampaian materi oleh Narasumber

Penilaian terhadap Daftar Pertanyaan yang diberikan pada peserta diukur dengan 5 (lima) Pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh peserta sebagai berikut :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. CS : Cukup Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Hasil jawaban 40 peserta pada survey kemudian diolah dengan dalam bentuk Grafik dengan menggunakan *Fitur Pivot Chart* pada *Microsoft Excel* dan diperoleh hasil sebagai berikut :



Grafik diatas menunjukkan hasil sebagai berikut :

1. Terdapat 3 (tiga) warna yang menunjukkan Aspek pertanyaan yaitu Biru pada Aspek kebermanfaatan, Merah pada Aspek Kemudahan dan Hijau pada Aspek Kepuasan pada setiap pilihan jawaban yaitu SS, S, CS, TS dan STS

2. Hasil Survey pada Aspek Kebermanfaatan menemukan hasil bahwa **79%** peserta merasa **Sangat Setuju** bahwa kegiatan PkM sangat bermanfaat, **18%** merasa **Setuju** bahwa kegiatan PkM bermanfaat dan **3%** peserta merasa **Cukup Setuju** bahwa kegiatan PkM bermanfaat
3. Hasil Survey pada Aspek Kemudahan menemukan hasil bahwa **75%** peserta merasa **Sangat Setuju** bahwa kegiatan PkM sangat mudah diikuti dan diaplikasikan, **20%** merasa **Setuju** bahwa kegiatan PkM b mudah diikuti dan diaplikasikan dan **5%** peserta merasa **Cukup Setuju** bahwa kegiatan PkM bermanfaat
4. Hasil Survey pada Aspek Kepuasan menemukan hasil bahwa **80%** peserta merasa **Sangat Setuju** bahwa kegiatan PkM sangat memuaskan, **17%** merasa **Setuju** bahwa kegiatan PkM memuaskan dan **3%** peserta merasa **Cukup Setuju** bahwa kegiatan PkM memuaskan

## SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengambil tema digital marketing dan aplikasi pembukuan, dengan subyek peserta adalah anggota pada Pusat Informasi Konseling di Banjarsari, Surakarta. Tema ini diambil karena remaja adalah tonggak masa depan dan ekonomi bangsa sehingga perlu pembinaan, peningkatan potensi dan keterampilan. Kegiatan PkM diikuti oleh 40 peserta secara antusias dan sungguh – sungguh. Kegiatan PkM dilakukan dalam beberapa tahapan mulai dari pemetaan awal, pelatihan, pendampingan dan sesi Tanya jawab. Keberhasilan kegiatan PkM ini diukur dari kemampuan peserta dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan tentang digital marketing dan aplikasi pembukuan melalui *smartphone*. Tindak lanjut kegiatan PkM dilakukan melalui survey kepada peserta dan diperoleh hasil bahwa 75% peserta dapat mengikuti kegiatan dengan baik. Survey dilakukan dalam beberapa Aspek menemukan hasil bahwa 79% peserta merasa kegiatan PkM sangat bermanfaat, 75% peserta merasa pelatihan yang diberikan mudah untuk diikuti dan diaplikasikan, serta 80% peserta merasa puas dengan kegiatan PkM yang diikuti. Kegiatan PkM ini bermanfaat bagi remaja secara keseluruhan sebagai tambahan keterampilan di era teknologi serta memiliki potensi untuk dapat dikembangkan lagi melalui kegiatan PkM selanjutnya dengan mengambil tema lain sebagai pelengkap, seperti digital marketing melalui e-commerce dan sosmed, serta pembukuan melalui aplikasi desktop yang dapat digunakan di laptop atau PC.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada mitra yang telah ikut mensukseskan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yang mengambil tema digital marketing dan aplikasi pembukuan, dengan subyek peserta adalah anggota pada Pusat Informasi Konseling di Banjarsari, Surakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisah, G. (2021). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee Untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–10.
- Arum Kanti, R., Studi Akuntansi, P., & Bisnis, F. (2021). Pelatihan Pembukuan Berbasis Aplikasi Daring. *Pelatihan Pembukuan Berbasis Aplikasi Daring*, 5(3). Retrieved from

- <http://pkm.uika-bogor.ac.id/index.php/ABDIDOS/issue/archive>
- Bukit, F. R. A., A.S, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229.
- Dewi, S. N., Haryanto, A. T., & Santoso, J. (2020). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Menggunakan Aplikasi SIAPIK Bagi UMKM Keset Perca Di Desa Ngasinan Etan Kelurahan Gebang. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 805–811.
- Diyani, L. A., Kusumawati, R. D., & Meita, I. (2021). Peningkatan Kemampuan Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai SAK-EMKM (Pelatihan untuk Pelaku UMKM Binaan Pemkot Bekasi. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2).
- DKW, Y. T., Nur, M. D., & Mulyadi. (2022). Peningkatan Keterampilan Pada Remaja Di Surakarta Melalui Pemanfaatan Teknologi Pemasaran Online Dan Pembukuan Digital. *Pekodimas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 83–89. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Pekomas/article/view/13748/pdf>
- Fransisca, M., Yunus, Y., & Saputri, R. P. (2021). Tingkat Kepuasan Peserta Workshop Media Pembelajaran Berbasis Android. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 180.
- Hanif, R. S., Swasti Putri, I., & Dkw, Y. T. (2021). Pemanfaatan Smartphone Dan Media Sosial Untuk Promosi Online Serta Aplikasi Pembukuan Guna Memaksimalkan Kemajuan Teknologi Pada Umkm. *IJECS: Indonesian Journal of Empowerment and Community Services*, 1(1). Retrieved from <http://journal.univetbantara.ac.id/index.php/ijecs>
- Merdekawati, A., Kurniawan, A., Leidiyana, H., Ghazali, A., & Waryono. (2021). Pelatihan Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 66–70.
- Minniarni, A. W., Novriadi, D., Sepika, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Islam, F. A. (2022). Edukasi Pemanfaatan Smartphone Sebagai Media Penghasil Uang Pada Remaja Di Desa Muara Kalangan Kecamatan Ulu Musi Kabupaten Empat Lawang. *Jimakukerta*, 7(1), 137–142. Retrieved from <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JIMAKUKERTA>
- Miranda, A., Aprilina, V., & Qintharah, Y. N. (2022). Pelatihan Pembukuan Aplikasi Buku Kas Bagi Pelaku Usaha Di Desa Kutamukti. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 10–16.
- Riani, D., Ramadhan, F., & Afrianto, Y. (2021). Umkm Retail Dengan Aplikasi Bukuwarung Di Masa Pandemi Covid-19. *Abdi Dosen : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(4).
- Sawir, M. (2016). Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat ISSN 1410 - 5675. *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 5(1), 34–37.
- Statistik, B. P. (2022). Analisis Profil Penduduk Indonesia. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2022/06/24/ea52f6a38d3913a5bc557c5f/analisis-profil-penduduk-indonesia.html>
- Sutrisno, & Eko Arief Cahyono. (2022). Pemberdayaan Guru Honorer Melalui Launching Sobat Pintar Akademia (Sopia) dan Aplikasi Media Pembelajaran Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 136–146.
- Tdkw, Y., Octaviani, A., Terry, A., Stie, S., & Surakarta, A. (2022). Optimalisasi Penjualan Produk Umkm Dengan Digital Marketing Pada Klaster Mbangun Makutoromo Kabupaten Karanganyar Optimizing Sales of MSME Products with Digital Marketing in the Mbangun Makutoromo Cluster, Karanganyar Regency. *Wasana Nyata : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(Oktober), 148–153. Retrieved from <http://e-journal.stie-aub.ac.id>
- UNAIR news. (2020). Digital Yearbook Report: Intensitas Kecanduan Smartphone di Kalangan Remaja. UNAIRnews. Retrieved from <https://news.unair.ac.id/2020/07/12/intensitas-kecanduan-smartphone-di-kalangan-remaja/?lang=id>