Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS) e-ISSN : 2685-6301
Vol. 10, No. 4 Oktober 2026, *pp 461-469* p-ISSN : 2685-5968
https://ejournal.urindo.ac.id/index.php/PAMAS https://doi.org/10.52643/pamas.v10i4.7634

Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Webinar sebagai Upaya Peningkatan Kompetensi RedSeller RedDoorz

Webinar-Based Digital Marketing Training to Improve the Competence of RedDoorz RedSellers

Anggun Puspita Sari, Rizky Dermawan
Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Correspondence Email: 23012010004@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Kemajuan teknologi berbasis digital saat ini memicu transformasi pada cara promosi di bisnis hotel dan penginapan termasuk bagi para mitra pemasaran seperti RedSeller RedDoorz. Namun, saat ini banyak mitra RedSeller yang masih menghadapi keterbatasan dalam pemasaran digital dan berkomunikasi secara efektif saat berkomunikasi dengan calon tamu di media sosial. Tujuan dari Kegiatan pengabdian ini agar kompetensi pemasaran digital dan juga komunikasi penjualan mitra RedSeller dapat meningkat dengan adanya Webinar berjudul "7 Hari Pasti Dapet Cuan". Webinar daring yang dikemas secara edukatif dan aplikatif sebagai metode pelaksanaan. Webinar diikuti sebanyak 103 peserta dari kalangan mitra. Materi disusun secara berurutan mulai dari penggunaan WhatsApp Business hingga platform X serta cara *follow up* dengan calon tamu. Data dikumpulkan dengan pengamatan secara langsung jalannya Webinar dan dianalisis dengan cara deskriptif kualitatif. Hasil menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran digital yang lebih jelas bagi peserta serta menumbuhkan keterlibatan aktif peserta dalam ruang diskusi interaktif. Jalannya Webinar ini juga memberikan kesempatan bagi para mitra untuk mencocokkan materi Webinar dengan praktik penjualan dan pemasaran dalam keseharian mereka, yang dapat mendorong perubahan pemahaman praktis para mitra dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Kata kunci: kompetensi, komunikasi penjualan, pemasaran digital

Abstract

The advancement of digital technology is currently triggering a transformation in the promotion methods in the hotel and lodging business, including for marketing partners such as RedDoorz RedSellers. However, many RedSeller partners still face limitations in digital marketing and effective communication when communicating with potential guests on social media. The purpose of this community service activity is to improve the digital marketing competency and sales communication of RedSeller partners through a webinar entitled "7 Days to Get Profits." The online webinar was presented in an educational and practical manner. The webinar was attended by 103 participants from among partners. The material was structured sequentially, starting from the use of WhatsApp Business to platform X and how to follow up with potential guests. Data was collected through direct observation of the webinar and analyzed using descriptive qualitative methods. The results showed that this activity provided a clearer understanding of digital marketing strategies for participants and fostered active participant engagement in the interactive discussion space. The webinar also provided an opportunity for partners to match the webinar material with their daily sales and marketing practices, which can encourage changes in partners' practical understanding of marketing activities.

Keywords: competence, digital marketing, sales communication

Article History:
Submitted: 24-12-2025**,** Revised: 19-10-2026**,** Accepted: 22-10-2026**,** Published 31-10-2026

CC BY SA

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini memicu perubahan besar pada sistem promosi di bisnis hotel dan penginapan di Indonesia, terutama karena bergesernya kebiasaan konsumen yang kini lebih memilih untuk memesan akomodasi secara daring. Penelitian membuktikan bahwa penerapan promosi digital menjadi kunci utama untuk membuat sebuah properti lebih dikenal sekaligus menarik minat konsumen di tengah ketatnya persaingan pasar [1] . Di dalam bisnis jasa perhotelan, aktivitas pemasaran digital ini tidak hanya sebatas menyebarkan konten, melainkan menuntut adanya jalinan komunikasi yang baik dengan konsumen melalui media sosial untuk membentuk pengalaman bertransaksi dan memengaruhi keputusan mereka dalam membeli layanan [2].

Dalam model bisnis aplikasi online, platform RedDoorz mengumpulkan banyak akomodasi ke dalam satu jaringan virtual untuk memudahkan akses pemesanan bagi masyarakat. Guna memperluas jangkauan penjualannya, RedDoorz meluncurkan program kemitraan bernama RedSeller yang memberi peluang bagi masyarakat umum untuk membantu mempromosikan kamar hotel melalui akun media sosial pribadi dengan imbalan berupa komisi penjualan. Peran strategis ini membuat para mitra RedSeller mengemban tanggung jawab penting, sebab mereka tidak sekadar memposting konten, tetapi juga harus berinteraksi langsung dengan calon tamu untuk menjawab pertanyaan seputar fasilitas penginapan, harga, serta mekanisme pemesanan yang sangat menentukan keberhasilan transaksi.

Namun, kendala nyata yang kerap ditemukan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian mitra RedSeller belum mempunyai keterampilan yang cukup mengenai strategi promosi digital serta pola komunikasi penjualan daring yang efektif. Langkah pemasaran digital yang tidak terencana dengan baik bisa menyebabkan konten gagal menjangkau target yang tepat, sehingga promosi menjadi sepi peminat [3]. Di samping itu, cara membalas pesan yang kurang baik atau lambat saat merespons pertanyaan konsumen dapat menghambat proses perubahan dari calon tamu menjadi pemesan kamar riil, sehingga berpotensi menurunkan efisiensi dari program penjualan yang dilakukan oleh RedSeller.

Urgensi diadakannya kegiatan ini adalah untuk menghadirkan sarana pembekalan ilmu promosi digital dan komunikasi penjualan yang praktis serta mudah dicoba oleh para mitra. Mengelola media sosial dengan strategi yang teratur terbukti mampu meningkatkan perhatian konsumen, memperkuat *brand image*, serta mendorong pertumbuhan pesanan secara daring [3,4]. Hubungan komunikasi dalam industri jasa juga menjadi hal yang penting untuk membina kedekatan dengan konsumen agar mereka tertarik dan menjadi pelanggan setia [4,5]. Mitra RedSeller membutuhkan model pelatihan aplikatif yang langsung berkaitan dengan masalah sehari-hari, karena cara merespons pertanyaan konsumen secara cepat, jelas, dan persuasif berdampak positif pada keputusan akhir mereka [4]. Oleh karena itu, pelatihan berbasis webinar dipilih sebagai metode yang tepat untuk

merancang kegiatan pengabdian yang relevan dengan kebutuhan RedSeller secara efisien tanpa kendala geografis.

Melihat kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan agar kompetensi pemasaran digital serta komunikasi penjualan para mitra RedSeller dapat meningkat melalui webinar berjudul "7 Hari Pasti Dapet Cuan". Lebih spesifiknya, kegiatan ini diarahkan untuk memberikan pemahaman bagi peserta tentang strategi pemasaran digital, melatih kemampuan dalam merancang konten, serta mengembangkan keterampilan komunikasi agar peserta bisa membujuk calon tamu secara persuasif melalui pesan daring. Cara penyelesaian masalah dilakukan melalui sesi webinar yang berisi penjelasan materi, contoh cara praktik di lapangan, serta sesi tanya jawab dan diskusi. Melalui pendekatan ini, kegiatan diharapkan dapat mengoptimalkan tingkat kehadiran serta keaktifan peserta dalam sesi diskusi, yang menjadi indikator tercapainya pemahaman praktis guna mendukung arah peningkatan kompetensi pemasaran digital dan komunikasi penjualan mitra setelah menerima materi pelatihan.

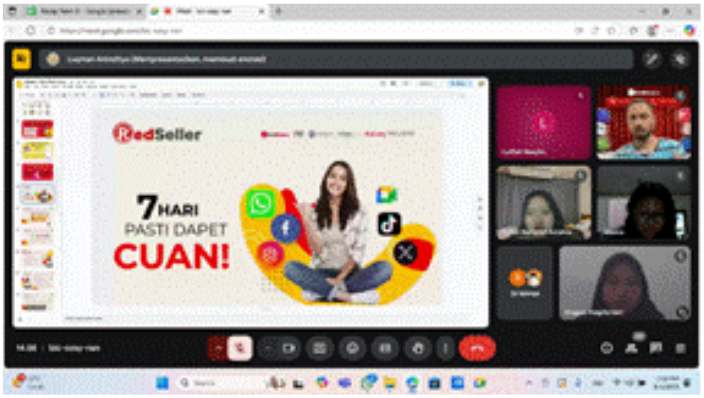
METODE

Kegiatan pengabdian ini dibuat dalam bentuk pelatihan webinar yang ditujukan bagi RedSeller. Konsep acara dirancang agar bersifat edukatif serta aplikatif. Dalam kegiatan ini, peserta adalah RedSeller yang mengikuti pelatihan untuk memperkuat peran mereka dalam memasarkan akomodasi. Karakteristik peserta didasarkan pada keterlibatan mereka dalam aktivitas pemasaran akomodasi, sehingga pelatihan ini ditujukan untuk membekali RedSeller dengan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial dan komunikasi penjualan secara digital dalam bentuk instruksi pemasaran harian. Informasi mengenai kegiatan disampaikan melalui grup komunikasi RedSeller yang memuat undangan dan tautan untuk mengikuti webinar. Acara ini diselenggarakan pada pukul 15.00–16.30 WIB melalui Google Meet. Bahan serta alat yang digunakan untuk mendukung kegiatan ini di antaranya slide PowerPoint, laptop atau smartphone, akun Google Meet, dan jaringan internet.

Sebanyak 103 peserta terpantau dari jumlah akun yang masuk dan bertahan di dalam ruang Google Meet hingga acara berakhir. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati secara langsung pelaksanaan Webinar di Google Meet, dengan instrumen berupa catatan lapangan untuk mendokumentasikan dinamika jalannya kegiatan. Data yang didapatkan bersifat deskriptif untuk menggambarkan proses jalannya kegiatan. Analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan menjabarkan jalannya acara juga kesesuaiannya dengan kebutuhan para RedSeller dalam memahami strategi pemasaran dan teknik penjualan di media sosial. Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur secara deskriptif kualitatif melalui tingkat partisipasi kehadiran peserta serta keaktifan bertanya pada sesi diskusi yang menunjukkan adanya respons positif dan perkembangan pemahaman praktis mitra terhadap materi pelatihan yang disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan berbasis Webinar ini berjalan pada tanggal 4 Agustus 2025 menggunakan Google Meet sebagai ruang pertemuan virtual. Acara yang berlangsung selama 90 menit ini diikuti oleh total 103 orang peserta, yang semuanya merupakan mitra aktif pemasar penginapan yang disebut RedSeller RedDoorz. Awal acara diisi dengan penjelasan tentang profil perusahaan RedDoorz serta posisi penting para RedSeller di dalam jaringan aplikasi digital yang menghubungkan berbagai macam penginapan dengan para konsumen. Acara inti kemudian dilanjutkan dengan memaparkan materi "7 Hari Pasti Dapet Cuan", di mana berisikan pembagian kegiatan pemasaran secara harian mulai Hari ke-0 sampai ke-7.

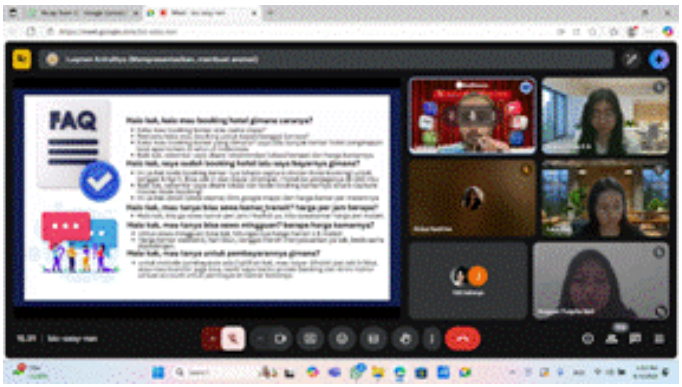


Gambar 1. Pemaparan Materi "7 Hari Pasti Dapet Cuan"

Pada panduan Hari ke-0, para peserta diarahkan untuk ikut serta dalam webinar dan pelatihan dasar di Google Meet sebagai bekal pemahaman sebelum mereka mulai berjualan. Untuk strategi Hari ke-1, difokuskan pada pemanfaatan aplikasi WhatsApp Business melalui pengiriman pesan siaran pada orang-orangyang terdekat, serta penggunaan fitur pembaruan status untuk memasarkan kamar hotel. Untuk strategi Hari ke-2, promosi diarahkan menggunakan Facebook, termasuk cara membuat akun yang tepercaya serta membuat postingan di Facebook Marketplace serta grup-grup jual beli. Para peserta juga diajarkan bahwa penting memilih foto profil yang terlihat rapi dan juga konsistensi dalam membuat postingan di Facebook Marketplace maupun grup jual beli tersebut.

Untuk strategi Hari ke-3, pembahasan bergeser pada penggunaan Instagram Business, mulai dari cara mengatur foto profil, menulis deskripsi biodata akun secara jelas, hingga rajin membuat postingan di feed/reels. Peserta juga ditunjukkan contoh tampilan profil Instagram yang baik. Selanjutnya, untuk strategi Hari ke-4 dan ke-5 dikhususkan untuk platform TikTok dan juga X, dengan menekankan pada pembuatan konten video atau foto kamar hotel yang memanfaatkan lagu latar yang sedang tren serta penggunaan tagar yang populer. Sementara untuk Hari ke-6 dan ke-7, peserta difokuskan pada cara *follow up* calon tamu yang sudah bertanya pada hari-hari sebelumnya. Peserta

diberikan contoh teks percakapan untuk menanggapi calon tamu, mulai dari kalimat sapaan awal, cara mencari tahu kebutuhan tamu (seperti pilihan lokasi, tanggal menginap, anggaran, dan jumlah kamar), hingga cara mengonfirmasi pesanan dan menjelaskan aturan saat masuk hotel (*check-in*).



Gambar 2. Pemaparan Contoh Teks Percakapan

Setelah seluruh materi selesai dijelaskan, acara dilanjutkan dengan sesi tanya jawab atau diskusi. Dengan berbagai pertanyaan dari para RedSeller yaitu mengenai cara menyusun kalimat promosi, menentukan harga yang bersaing, serta trik menghadapi komplain calon tamu terkait aturan hotel membuktikan bahwa materi yang diajarkan sangat sesuai dengan masalah nyata yang mereka hadapi saat berjualan. Hal ini relevan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pelatihan pemasaran online melalui TikTok Shop dan WhatsApp Business dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital peserta [6].

Dari hasil pengamatan selama Webinar, terlihat adanya perkembangan pemahaman yang mendukung kompetensi RedSeller dalam pemasaran digital meningkat, khususnya dalam hal memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi sehari-hari. Para RedSeller tidak sekadar mendengarkan materi, tetapi juga mulai mencocokkan isi pelatihan dengan mengajukan pertanyaan terkait kalimat promosi, penentuan harga, serta strategi menjawab pesan dari calon tamu. Hal ini menandakan adanya proses penyerapan ilmu untuk dipraktikkan langsung di lapangan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan peningkatan pengetahuan digital marketing serta pengetahuan dan keterampilan penggunaan WhatsApp Business setelah peserta mengikuti sosialisasi dan pelatihan [7].

Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang menerangkan bahwa pelatihan media sosial dan pemasaran digital dapat membuat pemahaman peserta lebih kuat dalam membuat konten iklan yang menarik serta memaksimalkan penggunaan akun daring sebagai bagian dari strategi pemasaran yang sukses [8]. Fokus terhadap penggunaan Facebook, WhatsApp Business, TikTok, Instagram, dan juga X sebagai alat promosi harian juga dapat menguatkan kemampuan para RedSeller dalam mengelola akun jualan serta menyusun isi konten secara lebih rapi. Penjelasan mengenai pengaturan

profil, pengisian teks bio, pemilihan foto yang rapi, hingga aktivitas posting yang rajin, dan menggunakan tagar memberikan panduan kerja yang jelas untuk dicoba langsung di lapangan. Pengelolaan akun dan konten media sosial tersebut menjadi bagian dari strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pemasaran [9].

Dalam hal kemampuan komunikasi penjualan, pemberian contoh teks percakapan, alur pembicaraan, serta cara mencari tahu kebutuhan calon tamu membantu menambah rasa percaya diri para RedSeller saat melayani calon tamu melalui pesan teks. Hal ini sejalan dengan kenyataan di lapangan bahwa pelayanan konsumen berbasis WhatsApp Business mampu menarik minat beli calon tamu apabila pesan dibalas secara cepat, ramah, dan juga informatif [10]. Relevansi penggunaan WhatsApp Business dalam komunikasi dengan pelanggan juga didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa pelatihan membantu peserta memahami cara berjualan secara daring dan merespons pesan pelanggan melalui WhatsApp Business [11].

Kegiatan ini juga berpotensi memperluas sudut pandang para RedSeller mengenai fungsi pemasaran digital, yaitu tidak hanya dianggap sebagai alat untuk promosi saja, tetapi juga sebagai strategi mengelola kedekatan jangka panjang dengan konsumen serta memperluas cakupan pasar dengan media sosial. Di dalam bisnis perhotelan, mengoptimalkan media sosial untuk promosi digital terbukti penting dalam membangun *awareness* dan juga *engagement* bagi calon tamu, yang berpengaruh pada tingkat popularitas hotel dan potensi ramainya pesanan kamar [12]. Untuk mendukung tujuan tersebut, terdapat penelitian yang menekankan pentingnya penggunaan visual yang menarik serta *caption* yang informatif dan persuasif dalam pemasaran digital hotel melalui Instagram dan TikTok [13].

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pelatihan tentang pemasaran digital yang teratur dapat menaikkan tingkat literasi digital peserta, jangkauan pemasaran semakin meluas, serta mendorong peningkatan penjualan ketika menggunakan media sosial secara lebih teratur [14]. Oleh sebab itu, perubahan dalam cara pandang para RedSeller setelah ikut serta dalam Webinar ini memiliki pola yang sama, di mana pemberian pelatihan digital mendorong para penjual untuk lebih cerdas menggunakan aplikasi digital dalam membina hubungan dengan konsumen dan memaksimalkan potensi transaksi.

Dampaknya, apabila para RedSeller dapat mempraktikkan strategi harian yang diajarkan dalam webinar ini secara konsisten mulai dari kerapian profil, pembuatan konten, sampai teknik membalas pesan calon tamu, maka kemampuan mereka dalam menggaet dan memenangkan kepercayaan calon tamu berpotensi untuk semakin meningkat. Pernyataan ini relevan dengan penelitian yang menyatakan bahwa pelatihan tentang pemasaran digital yang memadukan penjelasan materi, praktik secara langsung, serta pembinaan mampu memacu peningkatan kemampuan digital marketing peserta secara berkepanjangan [15].

Seluruh temuan tersebut membuktikan bahwa Webinar ini tidak hanya menjadi sarana penyampaian materi satu arah saja, melainkan berfungsi sebagai wadah diskusi dan juga refleksi bagi para RedSeller guna menghubungkan materi pelatihan dengan pengalaman penjualan dalam keseharian mereka. Pertanyaan oleh RedSeller, keterlibatan dalam ruang diskusi, serta fokus pada hal-hal teknis yaitu kalimat promosi, penetapan harga, dan juga strategi untuk *follow* up menunjukkan terdapat proses penyerapan ilmu yang selaras dengan ciri-ciri pelatihan pemasaran digital yang sukses pada berbagai studi tentang pengabdian masyarakat terdahulu.

KESIMPULAN

Kegiatan Webinar yang berjudul "7 Hari Pasti Dapet Cuan" ini diselenggarakan untuk menjawab kebutuhan para mitra yaitu RedSeller agar kompetensi digital dan juga komunikasi penjualan RedSeller dapat meningkat di tengah perubahan industri perhotelan yang serba digital. Secara keseluruhan, Webinar ini berhasil merealisasikan tujuan pengabdian yang telah ditetapkan, yaitu memberikan pemahaman bagi peserta tentang strategi pemasaran digital, membekali kemampuan dalam merancang konten, serta memberikan contoh teks percakapan dan *follow up* untuk melatih komunikasi yang persuasif saat melayani pelanggan. Semangat para peserta yang terlihat dari keaktifan mereka saat sesi tanya jawab membuktikan bahwa materi yang dipaparkan sangat sesuai dengan masalah nyata yang dihadapi saat melakukan aktivitas pemasaran sehari-hari.

Meskipun menunjukkan potensi sebagai sarana pembekalan yang efektif, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan dalam memantau implementasi praktis para mitra secara langsung pascapelatihan. Oleh karena itu, sebagai rekomendasi lanjutan untuk pengembangan kegiatan ke depan, diperlukan adanya pemantauan berkala terhadap aktivitas promosi mandiri yang dilakukan oleh para mitra. Selain itu, perlu dikembangkan mekanisme evaluasi untuk meninjau kesesuaian materi promosi yang dipraktikkan di lapangan, guna mendukung keberlanjutan pemahaman taktis para mitra RedSeller setelah pelatihan selesai.

PERNYATAAN PENGGUNAAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Dalam penyusunan maupun perbaikan naskah ini, penulis menggunakan ChatGPT untuk membantu perbaikan kejelasan bahasa dan penyusunan struktur. Penggunaan tersebut dilakukan pada bagian pendahuluan, metode, hasil dan pembahasan. Seluruh keluaran AI diperiksa secara kritis, diverifikasi terhadap sumber dan data yang relevan, serta diedit oleh penulis. Penulis bertanggung jawab penuh atas keakuratan, orisinalitas, integritas, dan isi akhir naskah.

KONTRIBUSI PENULIS

Penulis pertama berperan dalam melakukan pengamatan langsung, pengumpulan dan analisis data, penyusunan serta perbaikan naskah artikel. Penulis kedua berperan dalam melakukan penelaahan kritis terhadap isi naskah dan penyempurnaan akhir naskah artikel.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada PT Commeasure Solutions Indonesia (RedDoorz Indonesia) yang telah memberikan kesempatan bagi terselenggaranya kegiatan Webinar untuk mitra pemasaran RedSeller. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada mitra pemasaran RedSeller yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan webinar.

DAFTAR PUSTAKA

1. Nengah Suparwata I, Hadi S, Satato YR, Aswan K, Tinggi S. Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Tingkat Hunian Hotel Semarang. Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata. 2024;7(1):166–71.
2. Putri L. Digital Marketing : Promotional Effectiveness , Customer Value And Impact On Hotel Revenue Digital Marketing : Efektivitas Promosi , Nilai Bagi Dunia semakin marak dalam penggunaan Internet dan World Wide Web secara komersial , dan telah Di Indonesia plat. Journal of Economic, Business and Accounting. 2025;8:2556–73.
3. Ardelia AP, Paramita FBAC. Strategi Digital Marketing Dalam Efektivitas Pemasaran Hotel Aria Centra Surabaya. RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi. 2025;05(04):149–53. doi:https://doi.org/10.69957/relasi.v5i04.2241
4. Prajarto YAN, Purwaningtyas MPF. Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata: Efektivitas Sistem Informasi Kanal Pemesanan Daring. Jurnal Ilmu Komunikasi. 2021;18(1):1–18. doi:10.24002/jik.v18i1.2956
5. Yudha Andriansyah Putra N, Mazia L, Zuniarti I. Implementasi Digital Marketing Pada Hotel Lor in Solo Jawa Tengah. Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata dan Budaya. 2024;5(1):22–33. doi:10.53565/sabbhatayatra.v5i1.1160
6. Cahyani SG, S. U. EU. Cakap Digital, UMKM Hebat: Pelatihan Pemasaran Online Bagi UMKM Di Kota Tegal. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri). 2025 Oct 9;9(5):5419. doi:10.31764/jmm.v9i5.34542
7. Welkom SS, Sevriana L, Sunarmo S, Rahmi AN, Kamil AAN, Raihan M, Imanina AD, Rahmawati M. Sosialisasi Digital Marketing dan Pelatihan Whatsapp Business untuk UMKM di Kampung Karet RW10, Kab. Bogor, Jawa Barat. Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia. 2025 Mar 28;5(2):417–24. doi:10.54082/jamsi.1493

8. Wadly F, Kurniawan H, Akbar A, Muttaqin M, Nasution D. Pelatihan Media Sosial untuk Pemasaran UMKM dengan Digital Marketing di Desa Kota Pari. Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS). 2025;4(1):200–6. doi:10.62712/juribmas.v4i1.478
9. Rahmawati N, Mulyaningsih S, Vienastra S, Hidayati F, Emilliana Natalia Trisakti Susanti M, Arif Wardana M. Pendampingan Pemanfaatan WhatsApp Bisnis Dan Instagram Bisnis Sebagai Media Pemasaran Digital Pada UMKM Berkah Desa Jepitu.
10. Fajriani RN, Fitriah M, Agustini. Penggunaan Whatsapp Business dalam Layanan Pelanggan untuk Meningkatkan Minat Pengunjung di Highland Camp Curug Panjang. Karimah Tauhid. 2024;3(4):4361–7. doi:10.30997/karimahtauhid.v3i4.12819
11. Nugroho GS, Muchran M, Hazmin G, Prasetyo A. Pelatihan Bisnis dan Marketing Digital Berbasis Aplikasi WhatsApp Business di SMA Sang Timur Yogyakarta. Jurnal Pengabdian UNDIKMA. 2022 Nov 18;3(3):507. doi:10.33394/jpu.v3i3.5948
12. Soegiarto K, Yuliamir H. Peran Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Digital Hotel Baru: Studi Kasus di Semarang. Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS). 2025;8(1):289–96. doi:10.34007/jehss.v8i1.2810
13. Asnan M, Ratriningtyas N, Siswandoyo EB, Mucharomah NL. Penerapan Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19: Suatu Tinjauan Pada Instagram Dan Tiktok Apple Green Hotel. Vol. 6. 2023;6(2).
14. Ramadhani NA, Ilham M, Hidayat R. Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Peningkatan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. Journal of Community Action. 2025;1(2):42–9.
15. Mardiah FP, Sufiawan NA, Fazira N. Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Kapasitas Pemasaran UMKM di Koto Kociak Kabupaten Lima Puluh Kota Digital Marketing Training to Strengthen MSME Marketing Capabilities in Koto Kociak , Lima Puluh Kota Regency. Vol. 8. 2025;8(4):507–18.