
Seminar Pemasaran Produk Di Media Sosial Guna Meningkatkan Omset Penjualan Untuk Umkm Desa Kedungrejo Megaluh Jombang

Machnunah Ani Zulfah^{*}, Ahcmad Ulum Nadzir Syahril Mubarak², Machrus Suhardi³, Erika Dwi Ratnasari⁴

^{1,2,3,4} Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

^{*}Email: machnunah313@unwaha.ac.id

ABSTRACT

This community empowerment program has a goal, one of which is to increase the economic independence of the community. Community economic independence is very necessary to increase household empowerment and community economic resilience in fulfilling national development. The method used in implementing community service is the service learning method. This activity began by observing the areas in Kedungrejo Village which consists of several hamlets which were led by the village head and related institutions/institutions in the first week. This program has a long-term goal of motivating MSME players to increase sales through increasing digitalization marketing capabilities or skills in marketing products online. So that MSME players can increase the reach of their marketing areas and achieve family economic independence.

Keywords: *UMKM; Sale; Turnover; Marketing.*

ABSTRAK

Program pemberdayaan masyarakat ini mempunyai tujuan yang salah satunya adalah untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Kemandirian ekonomi masyarakat sangat diperlukan guna meningkatkan keberdayaan rumah tangga dan ketahanan ekonomi masyarakat dalam mengisi pembangunan nasional. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berupa metode service learning. Adapun kegiatan ini dimulai dengan mengamati di wilayah-wilayah yang ada di Desa Kedungrejo yang terdiri dari beberapa dusun dimana yang di pimpin oleh kepala desa dan lembaga/instansi terkait pada minggu pertama. Program ini mempunyai tujuan jangka panjang dalam memotivasi pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan melalui peningkatan kemampuan digitalisasi marketing atau ketrampilan memasarkan produk secara online. Sehingga pelaku UMKM bisa meningkatkan jangkauan daerah pemasarannya dan tercapai kemandirian ekonomi keluarga.

Kata Kunci: *UMKM; Penjualan; Omset; Pemasaran.*

PENDAHULUAN

Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu program pemberdayaan masyarakat yang dicanangkan oleh LPPM Unwaha. Pemerintah sendiri sudah sering mengeluarkan program pemberdayaan masyarakat, meski pemberdayaan yang dilakukan masih bersifat parsial dan belum dijalankan secara holistic. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh (Mardiana et al., 2021) yang mengatakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial, agama dan budaya.

Program pemberdayaan masyarakat ini mempunyai tujuan yang salah satunya adalah untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Kemandirian ekonomi masyarakat sangat diperlukan guna meningkatkan keberdayaan rumah tangga dan ketahanan ekonomi masyarakat dalam mengisi pembangunan nasional (Ridwan et al., 2019). Hal ini sejalan dengan program pemerintah yang ada dalam

pengelolaan ekonomi kreatif dan dituangkan melalui Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 yang bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi.

Strategi pemasaran harus tepat dan juga disesuaikan dengan produk yang akan dijual merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan bagi manajemen pemasaran, karena produk yang akan dijual harus dapat diterima oleh calon konsumen. Selain strategi pemasaran, perusahaan juga harus memperhatikan bagian pasar dan perkembangan pasar dari pesaing-pesaing usaha sejenis. Pemasaran terdiri oleh beberapa macam, diantaranya *direct selling*, *earned media*, *point of purchase*, dan *internet marketing* (Tabrani et al., 2022). *Internet marketing* merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan strategi promosi melalui internet dapat memperluas skala penjualan dan tidak mahal untuk melaksanakannya. Konsumen juga dapat lebih mudah mencari segala informasi mengenai produk yang dijual, hal ini disebabkan karena konsumen tidak perlu lagi datang ke toko secara langsung (Susanti, 2020)

UMKM menghasilkan banyak pekerjaan dan pendapatan di banyak negara maju dan berkembang. Munculnya internet dan alat Web 2.0 yang terkait sejak 1990-an menyediakan platform bagi bisnis untuk berkomunikasi dengan pelanggan potensial dan pelanggan potensial yang terus bertambah. Bisnis menggunakan Facebook, LinkedIn, dan Twitter untuk mempromosikan bisnis mereka dan berkomunikasi dengan pelanggan. Sepertiga konsumen menggunakan jejaring sosial untuk menemukan bisnis dan produk mereka. Namun, UMKM belum sepenuhnya memanfaatkan saluran pemasaran digital untuk melibatkan pelanggan, mendukung pertumbuhan penjualan, dan keberlanjutan bisnis. Media sosial memainkan peran penting dalam pemasaran dan menciptakan hubungan dengan pelanggan. Dengan hambatan masuk yang terbatas, usaha kecil mulai menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran. Sayangnya, banyak bisnis kecil kesulitan menggunakan media sosial dan tidak memiliki strategi untuk menggunakannya. Akibatnya, tanpa pemahaman dasar tentang keuntungan media sosial dan bagaimana menggunakannya untuk melibatkan pelanggan, banyak sekali peluang yang terlewatkan.

UMKM harus memanfaatkan peluang tersebut karena mereka sering menghadapi kendala sumber daya dalam hal waktu dan uang. Media sosial memberi kesempatan bisnis untuk terlibat dan berinteraksi dengan konsumen untuk menciptakan hubungan yang langgeng. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memberikan pemahaman awal tentang bagaimana bisnis kecil menggunakan media sosial untuk melibatkan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang, yang membantu bisnis tumbuh.

Usaha Mikro kecil menengah (UMKM) menyediakan lapangan kerja, inovasi, dan pertumbuhan ekonomi bagi ekonomi di seluruh dunia. Di negara maju dan berkembang, UMKM diakui sebagai organisasi penting untuk menopang pembangunan ekonomi dan meningkatkan taraf hidup jutaan orang. Pemasaran media sosial menyediakan metode berbiaya rendah bagi perusahaan-perusahaan ini untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan dengan konsumen yang diperlukan untuk mempertahankan bisnis yang layak. Menyediakan metrik untuk menggunakan pemasaran media sosial harus mendukung pengambilan keputusan UMKM terkait alat yang berharga ini.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berupa metode service learning. Adapun kegiatan ini dimulai dengan mengamati di wilayah-wilayah yang ada di Desa Kedungrejo yang terdiri dari beberapa dusun dimana yang di pimpin oleh kepala desa dan lembaga/instansi terkait pada minggu pertama. Kemudian eksplorasi, dilanjutkan dengan kegiatan inti (elaborasi) di Desa Kedungrejo, Kecamatan Megaluh, Kabupaten Jombang. Kegiatan inti berupa kegiatan seminar pemasaran produk di media sosial. Kemudian konfirmasi melalui tahap konfirmasi peneliti melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi mengenai tingkat pemahaman UMKM dari seminar yang telah dilakukan.

Adapun tahapan menggunakan metode service learning dalam proses pelaksanaan kegiatan PKM diantaranya, yaitu :

- Eksplorasi

Pada tahap eksplorasi, peneliti melakukan diskusi terkait permasalahan yang dihadapi para pelaku umkm. Melalui cara-cara sebagai berikut. (1) diskusi sekaligus observasi di lapangan, (2) kemudian peneliti berdiskusi mengenai solusi yang dapat mengatasi permasalahan tersebut. (3) selama tahapan persiapan, tim peneliti mengurus segala kepentingan yang dibutuhkan selama kegiatan pengabdian, mulai dari menyiapkan surat izin pelaksanaan kegiatan, menyiapkan narasumber, merancang sarana dan alat pendukung, menyediakan instrument pengumpulan data dan lain sebagainya. (4) Selain itu, peneliti dan narasumber juga menyiapkan materi terkait dengan permasalahan yang sedang dihadapi umkm, yakni materi terkait pemasaran produk di sosial media.

- **Elaborasi**

Peserta pengabdian masyarakat dan narasumber melakukan pemberian materi dalam bentuk seminar pemasaran produk di media sosial bersama ibu-ibu PKK dan pelaku UMKM Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang.

- **Konfirmasi**

Pada tahap konfirmasi peneliti melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi mengenai tingkat pemahaman UMKM dari seminar yang telah dilakukan, kemudian narasumber melakukan penilaian produk-produk yang telah dipasarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat Di Desa Kedungrejo, Kecamatan Megaluh, Kabupaten Jombang mempunyai program kegiatan yang dijalankan oleh masing-masing mahasiswa yang semuanya tercakup dalam program kelompok dan program individu. Berdasarkan rencana program kerja yang telah dibuat, dalam melaksanakan program kerja, waktu dan pencapaian program kerja diusahakan sama dengan yang telah direncanakan. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan juga apabila antara pelaksanaan dengan rancangan terdapat perbedaan yang dikarenakan oleh situasi dan kondisi yang tidak sama dengan yang diharapkan atau adanya program-program lainnya yang lebih mendesak dan lebih dibutuhkan oleh masyarakat. Perbedaan-perbedaan yang terjadi tersebut dapat berupa pergeseran waktu pelaksanaan program, penambahan atau pengurangan jumlah program kerja yang dilaksanakan.

Tabel. 1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

NO	JENIS KEGIATAN	WAKTU	HASIL KEGIATAN
1.	Kunjungan awal / konfirmasi bersama bapak kepala desa kedungrejo.	Rabu, 23 Agustus 2023	Pemaparan diadakanya program seminar pemasaran produk di media sosial untuk pelaku UMKM Desa kedungrejo
2.	Koordinasi dengan narasumber	Jum'at, 25 Agustus 2023	Permohonan sebagai narasumber dalam kegiatan seminar pemasaran di media sosial.
3.	Mengundang pelaku UMKM Desa kedungrejo dan pengambilan data berupa kuisisioner tentang pemahaman pemasaran di media social.	Jum'at, 01 September 2023	Penyampaian undangan / konfirmasi kepada pelaku UMKM Desa kedungrejo dan pengambilan data berupa kuisisioner.
4.	Pelaksanaan seminar pemasran produk di media sosial.	Ahad, 03 September 2023	Kegiatan seminar pemasaran produk di media sosial dimulai pukul 08.00.
5.	Evaluasi mengenai pemahaman pelaku UMKM dalam kegiatan seminar pemasaran produk fi media sosial.	Kamis, 07 September 2023	Mengadakan evaluasi mengenai pemahaman pelaku UMKM dalam keagaitan seminar (pengambilan data yang ke-2 berbentuk kuisisioner).

Pelaku usaha kecil mikro dan menengah dalam area industri rumah tangga yang telah banyak dan berkembang khususnya di lingkungan Kelurahan Kedungrejo Megaluh Jombang. Sebagai pelaku usaha bisnis tentunya para wirausaha ingin selalu mencapai keuntungan di setiap produk yang dihasilkan. Hal tersebut harus disesuaikan dengan era 4.0 saat ini yang mengedepankan digitalisasi salah satu nya melalui pemasaran pada sosial media. Bagaimana pemasaran produk dilakukan secara sederhana dengan sosial media tetapi mendapatkan keuntungan yang maksimal di setiap usaha dan produk nya dan dapat meminimalisir biaya pengeluaran dalam promosi produk. Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan pengabdian masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pentingnya sosial media *marketing* guna meningkatkan pendapatan para pelaku bisnis dalam hal ini UMKM. Tahapan pelaksanaan dimulai dari memberikan pengetahuan tentang pentingnya penerapan digitalisasi pemasaran, pengenalan sosial media *marketing* sampai praktik penggunaan sosial media *marketing* dan media promosi.

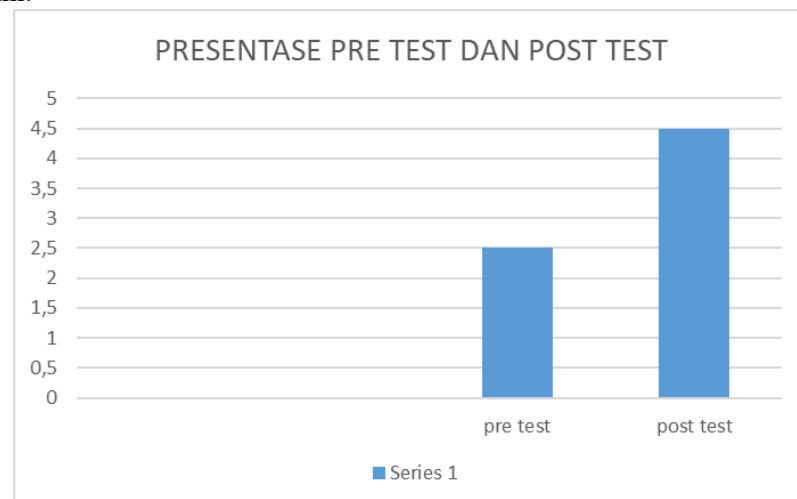
Program ini mempunyai tujuan jangka panjang dalam memotivasi pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan melalui peningkatan kemampuan digitalisasi marketing atau ketrampilan memasarkan produk secara online. Sehingga pelaku UMKM bisa meningkatkan jangkauan daerah

pemasarannya dan tercapai kemandirian ekonomi keluarga (Sasa et al., 2021). Dari berbagai uraian di atas maka kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada masalah: Pertama, rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki serta minimnya pengetahuan dalam meningkatkan kemampuan memasarkan produk secara online guna peningkatan jangkauan pemasaran usahanya serta omzet pemasarannya (Harahap et al., 2021). Sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi kami selaku pendamping UMKM dalam memberikan sosialisasi dan pelatihan guna meningkatkan kemampuan digital *marketing* dan sosial media *marketing* (Rara, 2022), serta merintis usaha baru guna meningkatkan pendapatan tambahan bagi keluarga. Kedua, bagaimana memberikan motivasi dan pemahaman terhadap mitra tentang manajemen kewirausahaan guna mendukung pengembangan usaha baru yang akan diterapkan.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan pada UMKM di daerah Kedungrejo Megaluh Jombang yang bergerak di bidang Home Industri. Maka kami selaku dosen yang telah mendapat Amanah dari LPPM Unwaha akan melakukan beberapa pendekatan dalam menyelesaikan masalah yang ada di mitra. Adapun prosedur kerja dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut: Melakukan sosialisasi terkait digitalisasi pemasaran pada era revolusi industri 4.0; Melakukan pelatihan tentang pentingnya sosial media marketing dalam promosi produk; Melakukan pelatihan pembuatan sosial media yang menarik dan dapat menarik minat konsumen untuk memesan produk yang sudah dihasilkan; Melakukan pendampingan kesadaran akan digitalisasi pemasaran dan bijak dalam penggunaan sosial media marketing sebagai media promosi guna meningkatkan pendapatan. Secara rinci pemecahan masalah tersebut dapat dicapai melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

- Tahap sosialisasi kepada pelaku bisnis dalam hal ini UMKM pada Kelurahan Kedungrejo Megaluh Jombang. khususnya mahasiswa tentang pelaksanaan program pengabdian masyarakat, sosialisasi menyangkut jadwal pelaksanaan, tempat dan sarana prasarana yang digunakan.

Pada saat pemaparan materi, para peserta menyimak dengan antusias, terbukti ada beberapa pertanyaan yang diajukan, misalnya tentang bagaimana teknik pengiriman home industri tempa tumpuk ke luar kota. Selain itu, para peserta juga antusias dalam mempelajari materi baik yang disampaikan oleh pemateri maupun buku panduan yang disediakan. sehingga dapat mengarahkan konsumen pada produk yang dijual. Lebih lanjut, pada sesi pemaparan materi juga dijelaskan tentang metode reseller, dropship, dan reagen. Disamping itu peserta juga diberi motivasi dari pemateri tentang jalan hidup pemateri mulai dari nol sampai berhasil, dengan itu peserta dapat menyimpulkan bagaimana harus beradaptasi dengan persaingan. Artinya, pelaku usaha adakalanya menggunakan metode penjual produk asli, sebagai reseller, sebagai dropship, atau sebagai reagen. Dengan pemahaman tersebut, maka dapat meningkatkan penjualan usaha dari berbagai lini.



Gambar 1. Diagram Batang Prosentase Hasil Pre Test dan Post Test

- Penyuluhan tentang pentingnya digitalisasi pemasaran melalui pemanfaatan sosial media marketing guna meningkatkan pendapatan.
- Pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan sosial media yang benar untuk media promosi produk yang dapat menciptakan ketertarikan tersendiri untuk produk yang dihasilkan.
- Pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan sosial media dan upload produk

- Monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan program. Tujuannya adalah mengukur tingkat keberhasilan program yang telah diterapkan peserta pelatihan. Cara yang ditempuh adalah dengan pengamatan secara langsung sosial media UMKM setelah menjalankan program pelatihan.
- Fungsi dan Manfaat Produk

Berikut adalah beberapa hasil fungsi dan manfaat Produk yang dipaparkan dalam seminar pemasaran di media sosial :

- Pengetahuan yang Ditingkatkan: Peserta seminar akan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep penting dalam digital marketing, seperti SEO (Search Engine Optimization), media sosial, iklan online, analisis data, dan strategi konten.
- Pemahaman Terhadap Perkembangan Terbaru: Dapat memberikan wawasan tentang tren terbaru dalam digital marketing, seperti perubahan algoritma mesin pencari, perkembangan media sosial, dan inovasi dalam teknologi periklanan digital.
- Jaringan dan Koneksi: Peserta memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan profesional lain dalam industri digital marketing, membangun jaringan, dan berbagi pengalaman serta ide-ide.
- Inspirasi dan Ide Kreatif: Seminar dapat memberikan inspirasi baru dan ide kreatif untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang inovatif.
- Motivasi dan Peningkatan Produktivitas: Dapat memberikan dorongan motivasi kepada peserta untuk mengoptimalkan upaya pemasaran digital mereka dan menjadi lebih produktif dalam pekerjaan mereka.
- Pemahaman tentang Etika dan Kepatuhan: Membantu peserta memahami masalah etika dan kepatuhan dalam pemasaran digital, termasuk kebijakan privasi dan aturan regulasi.
- Rencana Tindak Lanjut: Hasil utama yang dapat dicapai adalah rencana tindak lanjut yang jelas. Peserta dapat merencanakan langkah-langkah konkret yang akan mereka ambil untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh dalam seminar ke dalam strategi pemasaran digital mereka.

- **Dampak Ekonomi, Sosial, dan Sektor Lain**

Sektor Ekonomi dalam desa Kedungrejo memang tergolong menengah kebawah walaupun tak jarang dijumpai ada beberapa UMKM maupun home industry yang tergolong sukses, bahkan sampai ekspor ke luar negeri. Sedangkan sektor sosial dalam Desa Kedungrejo merujuk pada berbagai kegiatan, program, dan inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial, ekonomi, dan kehidupan Masyarakat. Kegiatan di sektor sosial pedesaan seringkali bertujuan untuk mengatasi tantangan dan masalah yang dihadapi oleh penduduk Desa.

Oleh karena itu dalam pelaksanaan seminar kali ini berdampak yang signifikan, hal ini dapat membantu mereka memahami dan memanfaatkan potensi internet dan teknologi digital untuk tujuan bisnis, pemasaran, dan pengembangan ekonomi. Berikut adalah beberapa dampak positif yang dapat dihasilkan dari seminar pemasaran di media sosial :

- Peningkatan Kesadaran Teknologi: Pelatihan digital marketing membantu meningkatkan kesadaran tentang teknologi digital dan internet di kalangan masyarakat desa. Ini dapat mengatasi kesenjangan digital yang mungkin ada di desa.
- Peningkatan Keterampilan: Peserta pelatihan dapat mengembangkan keterampilan digital yang diperlukan untuk melakukan pemasaran online, seperti pembuatan konten digital, manajemen media sosial, analisis data, dan penggunaan alat pemasaran online.
- Pengembangan Wirausaha: Pelatihan digital marketing dapat membantu warga desa memulai atau mengembangkan bisnis mereka sendiri. Mereka dapat memahami bagaimana memanfaatkan internet untuk menjual produk atau layanan mereka ke pasar yang lebih luas.
- Peningkatan Akses Pasar: Dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat, pedagang dan produsen di desa dapat mengakses pasar yang lebih besar dan mencapai pelanggan potensial di luar wilayah mereka.
- Diversifikasi Penghasilan: Masyarakat pedesaan dapat memanfaatkan keterampilan digital untuk menciptakan sumber penghasilan tambahan selain mata pencaharian tradisional mereka, seperti pertanian atau kerajinan tangan.
- Peningkatan Pariwisata: Jika desa tersebut memiliki potensi pariwisata, pelatihan digital marketing dapat membantu dalam mempromosikan tempat wisata lokal, mengundang wisatawan, dan mengembangkan bisnis sektor pariwisata.

- Peningkatan Kesempatan Pekerjaan: Dengan keterampilan digital marketing, masyarakat pedesaan juga dapat menjadi calon pekerja dalam bidang pemasaran digital dan kerja jarak jauh, yang dapat meningkatkan peluang pekerjaan.
- Peningkatan Kualitas Hidup: Dengan mengoptimalkan bisnis dan penghasilan mereka, masyarakat pedesaan dapat meningkatkan kualitas hidup mereka melalui akses lebih baik terhadap layanan, pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur.
- Peningkatan Koneksi Sosial: Melalui media sosial dan pemasaran online, masyarakat pedesaan dapat terhubung dengan pelanggan, mitra bisnis, dan komunitas lebih luas, yang dapat memperkuat jaringan sosial mereka.
- Peningkatan Pendidikan: Pelatihan digital marketing juga dapat merangsang minat dalam pembelajaran dan pendidikan online, yang dapat membuka pintu bagi peningkatan pengetahuan dan keterampilan lainnya.

SIMPULAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan pada UMKM di daerah Kedungrejo Megaluh Jombang yang bergerak di bidang Home Industri. Maka kami selaku peserta pengabdian masyarakat kelompok 26 yang telah mendapat Amanah dari LPPM Unwaha akan melakukan beberapa pendekatan dalam menyelesaikan masalah yang ada di mitra. Adapun prosedur kerja dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut: melakukan sosialisasi terkait digitalisasi pemasaran pada era revolusi industri 4.0; melakukan pelatihan tentang pentingnya sosial media marketing dalam promosi produk; melakukan pelatihan pembuatan sosial media yang menarik dan dapat menarik minat konsumen untuk memesan produk yang sudah dihasilkan; melakukan pendampingan kesadaran akan digitalisasi pemasaran dan bijak dalam penggunaan sosial media marketing sebagai media promosi guna meningkatkan pendapatan. Pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan sosial media yang benar untuk media promosi produk yang dapat menciptakan ketertarikan tersendiri untuk produk yang dihasilkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Asiyah & Rachmadi, *Reswara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2022, Volume 3 Nomor 2: 442-448. DOI. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Branding Yayasan Rumah Harapan Karawang*. 1(1), 16–22.
- Dwiyanti Andina, PEMANFAATAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN E-COMMERCE DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS UMKM PEMPEK4BERADEK DI MASA PANDEMI COVID-19 DOI. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/45>
- Mardiana, A., Agase, N. K., Mahmud, L., & Dai, S. J. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Pendapatan Pedagang
- Magdalena, H., & Santoso, H. (2021). Sosialisasi pemasaran digital bagi pelaku industri rumahan di kabupaten bangka tengah. *Jurnal Abdidas*, 2(5), 1054-1063. Industri Rumahan di Kabupaten Bangka Tengah. *Jurnal Abdidas*, 2(5), 1054-1063.
- Mahmudin, M., Caesario, A., & Saputra, A. (2021). ENTREPRENEURSHIP: Soft Skill of Life. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 1(1), 19-28. of Life. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 1(1), 19-28.
- Masfingatin, T., & Murtafiah, W. (2021). Online marketing bagi UMKM di Desa Janggan Kecamatan Poncol Magetan Provinsi Jawa Timur. *PATIKALA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-6.
- Ridwan, I. M. (2019). Penerapan digital marketing sebagai peningkatan pemasaran pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 137-142.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Tabrani, M., Apriliah, W., Ardiansyah, D., & Ermawati, E. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Peningkatan Branding Yayasan Rumah Harapan Karawang. *PRAWARA Jurnal ABDIMAS*, 1(1), 16-22.