*Vol 3 No 3 (2024) - Agustus, pp 337-345* https://doi.org/10.59025/11439989

**Jurnal Masyarakat Madani Indonesia**
**e-ISSN: 2829-6702**
**https://syadani.onlinelibrary.id/**

# Pemberdayaan Pengusaha Lokal Melalui Transformasi Digital Marketing Untuk UMKM di Kelurahan Tirta Jaya, Kota Depok

Hadi Wijaya, Nora Listiana, Feri Nugroho, Revita Desi Hertin, Nurul Aslamiah Istiqomah, Alfi Maghfuriyah, Febria Anjara
*Program Studi Bisnis Digital, Universitas Global Jakarta*

**INFO ARTIKEL**

*Corresponding author email:*
*hadi@jgu.ac.id*

*Tersedia online:*
*23/08/2024*

***Keywords*:**

*Digital Marketing, Pemberdayaan UMKM, Transformasi Teknologi, Pelatihan Keterampilan, Peningkatan Daya Saing*

**ABSTRAK**

*UMKM di Kelurahan Tirta Jaya, Kota Depok, menghadapi tantangan besar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, terutama karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan. Untuk mengatasi masalah ini, pelatihan digital marketing diadakan di Laboratorium Komputer dan Lecture Theater Universitas Global Jakarta (JGU), bekerja sama dengan Kelurahan Tirta Jaya. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengetahuan dan keterampilan digital bagi 40 UMKM yang terdiri dari UMKM bertumbuh dan tahap awal. Metode pelaksanaan meliputi sesi teori dan praktik selama tiga hari, dengan fokus pada pembuatan website, pengelolaan media sosial, dan fotografi produk. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta untuk menerapkan strategi digital marketing, yang tercermin dari peningkatan interaksi dan penjualan setelah pelatihan. Kesimpulannya, pelatihan ini berhasil memberdayakan UMKM melalui adopsi teknologi digital, meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif, dan diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan UMKM lainnya di masa depan.*

*This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License*
*Copyright@ Author (2024).*

## 1 PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai kontributor utama Produk Domestik Bruto (PDB) maupun sebagai penyedia lapangan kerja terbesar di negara ini. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB dan menciptakan lebih dari 97% lapangan kerja di Indonesia [1]. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi digital, UMKM menghadapi tantangan besar dalam mengadopsi teknologi ini untuk mempertahankan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Transformasi digital telah mengubah cara bisnis dijalankan di seluruh dunia, dengan digital marketing menjadi salah satu alat paling efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Namun, banyak UMKM yang belum siap memanfaatkan teknologi ini. Penelitian oleh Apriani [2] menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam teknologi digital

menjadi hambatan utama bagi UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform online. Akibatnya, UMKM sering kali kesulitan untuk bersaing secara efektif di pasar yang dinamis ini.

Pandemi COVID-19 memperparah tantangan yang dihadapi UMKM, dengan banyak usaha yang mengalami penurunan penjualan akibat pembatasan sosial dan penurunan aktivitas ekonomi. Dalam situasi ini, digital marketing muncul sebagai solusi penting untuk mempertahankan kelangsungan usaha. Parebong [3] menyatakan bahwa digital marketing dapat meningkatkan daya saing UMKM dengan cara yang lebih efisien dibandingkan dengan pemasaran tradisional. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing menjadi krusial untuk memberdayakan UMKM agar mampu bertahan dan berkembang di era digital. Kelurahan Tirta Jaya, Kota Depok, merupakan salah satu wilayah yang sebagian besar UMKM-nya masih bergantung pada metode pemasaran tradisional yang kurang efektif di era digital ini. Penelitian oleh Digdowiseiso & Ria [4] menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan, namun banyak UMKM di Tirta Jaya yang belum memahami dan menguasai teknologi ini. Keterbatasan akses terhadap teknologi dan minimnya sumber daya manusia yang memiliki keterampilan digital menjadi tantangan utama yang perlu diatasi. Sifwah et al. [5] juga menekankan bahwa kurangnya pemahaman dan keterampilan praktis dalam menggunakan teknologi digital menjadi salah satu hambatan terbesar dalam adopsi teknologi di kalangan UMKM.

Melihat tantangan-tantangan ini, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas pengetahuan dan keterampilan digital para pelaku UMKM di Kelurahan Tirta Jaya. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif, terutama dalam bidang digital marketing, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan penjualan produk mereka. Penelitian oleh Saputra et al. [6], menegaskan bahwa peningkatan keterampilan digital adalah salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM, memungkinkan mereka mengakses pasar yang lebih luas dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi modern.

Pelatihan ini dirancang tidak hanya untuk memberikan pengetahuan dasar mengenai digital marketing, tetapi juga untuk mengembangkan keterampilan praktis yang relevan, seperti pembuatan website, pengelolaan toko online, dan penggunaan media sosial untuk promosi. Penelitian oleh Fikri et al. [7] menunjukkan bahwa pendekatan praktis dalam pelatihan sangat efektif dalam membantu peserta memahami dan menerapkan konsep-konsep yang diajarkan. Dengan demikian, para peserta diharapkan tidak hanya memahami konsep-konsep dasar, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kegiatan bisnis sehari-hari mereka, yang pada akhirnya akan meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki signifikansi yang tinggi dalam upaya pemberdayaan ekonomi lokal di Kelurahan Tirta Jaya, Kota Depok. Endrawati et al. [8] menekankan bahwa peningkatan keterampilan digital melalui pelatihan dapat mengatasi salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM, yaitu kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital. Peningkatan keterampilan ini tidak hanya berdampak positif pada peningkatan penjualan, tetapi juga memperkuat posisi UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Aulia et al. [9] juga menunjukkan bahwa kegiatan seperti ini berkontribusi terhadap penciptaan lingkungan bisnis

yang lebih inklusif, di mana UMKM memiliki kesempatan yang sama untuk bersaing dengan bisnis yang lebih besar, mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan merata di tingkat lokal.

## 2 METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang dengan pendekatan praktis dan interaktif, yang memungkinkan para peserta dari UMKM Kelurahan Tirta Jaya, Kota Depok, untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan digital marketing secara efektif. Pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi tiga hari, dengan masing-masing hari difokuskan pada aspek tertentu dari digital marketing. Penelitian oleh Kaharuddin et al. [10] menekankan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung sangat efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta, terutama dalam bidang teknologi digital.

### 2.1 Hari Pertama: Diskusi dan Pemberian Materi Teoritis

Pada hari pertama, kegiatan dimulai dengan pembukaan acara dan pengenalan materi mengenai pentingnya digital marketing bagi UMKM. Sesi ini dilakukan di ruang Lecture Theater Universitas Global Jakarta (JGU) dan diisi dengan diskusi serta ceramah. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan tentang website (toko online), pentingnya Google My Business, dan teknik dasar copywriting. Tujuan dari sesi ini adalah untuk memberikan landasan teoritis yang kuat bagi para peserta, sebagaimana disarankan oleh Hermawati & Ekawarti [11], yang menekankan pentingnya pemahaman teoritis sebelum memasuki praktik.

### 2.2 Hari Kedua: Praktik Pembuatan Website dan Input Produk

Pada hari kedua, pelatihan berlanjut dengan sesi praktik di laboratorium komputer JGU. Para peserta dibagi menjadi dua kelompok, masing-masing kelompok didampingi oleh seorang instruktur (dosen) dan dua asisten (mahasiswa). Setiap peserta menggunakan komputer yang disediakan oleh JGU untuk mempraktikkan pembuatan website dengan platform toko online, serta melakukan input foto produk. Menurut Mesra et al. [12], pembelajaran melalui praktik langsung seperti ini sangat penting untuk memastikan bahwa para peserta mampu menerapkan apa yang telah dipelajari.

### 2.3 Hari Ketiga: Fotografi Produk dan Penutupan

Pada hari ketiga, pelatihan difokuskan pada teknik fotografi produk dan penggunaan Canva untuk desain grafis sederhana. Sesi ini kembali dilakukan di ruang Lecture Theater dengan dukungan peralatan fotografi, background, dan lighting yang disediakan oleh JGU. Setelah sesi praktik, kegiatan diakhiri dengan diskusi evaluasi dan presentasi hasil karya peserta. Evaluasi ini penting untuk mengukur seberapa efektif pelatihan yang telah diberikan Sopanah et al. [13].

*Tabel 1. Metode pelaksanaan kegiatan:*

| Hari | Kegiatan | Metode | Lokasi | Fasilitator |
|---|---|---|---|---|
| **Ke-1** | Pembukaan dan Materi Teoritis | Diskusi dan Ceramah | Lecture Theater JGU | Dosen dan Asisten |
| **Ke-2** | Praktik Pembuatan Website | Praktik di Lab Komputer | Laboratorium Komputer JGU | Dosen dan Asisten |
| **Ke-3** | Fotografi Produk dan Penutupan | Praktik dan Presentasi | Lecture Theater JGU | Dosen dan Asisten |

# 3 HASIL & PEMBAHASAN

## 3.1 Peningkatan Pengetahuan Digital Marketing

Hasil dari pelatihan digital marketing yang dilakukan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dasar para peserta UMKM terkait konsep-konsep digital marketing. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami sepenuhnya pentingnya digital marketing dalam mengembangkan usaha mereka, terutama terkait dengan pembuatan website, penggunaan media sosial, dan pentingnya Google My Business seperti yang terlihat di Gambar 1 (a). Pada Gambar 1 (b), setelah pelatihan, hasil evaluasi observasi menunjukkan bahwa 85% peserta mampu menjelaskan kembali konsep dasar digital marketing yang telah diajarkan, termasuk manfaat dan strategi penggunaannya dalam konteks bisnis kecil dan menengah. Hal ini sejalan dengan temuan Mariam & Ramli [14] yang menyatakan bahwa pelatihan yang fokus pada peningkatan pengetahuan dapat secara signifikan meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital.




*Gambar 1. (a) Seminar Pentingnya Digital marketing, (b) Evaluasi Pengetahuan Digital Marketing*

## 3.2 Pengembangan Keterampilan Praktis

Selain peningkatan pengetahuan teoritis, pelatihan ini juga berhasil meningkatkan keterampilan praktis peserta. Selama dua hari praktik di laboratorium komputer dan ruang Lecture Theater (Gambar 3), para peserta diajarkan cara membuat website menggunakan platform toko online, mengelola konten produk, dan melakukan fotografi produk yang efektif. Berdasarkan hasil evaluasi observasi, lebih dari 50% peserta berhasil membuat dan mengelola website sederhana yang siap digunakan untuk berjualan online. Selain itu, foto produk yang dihasilkan oleh para peserta menunjukkan peningkatan kualitas dibandingkan dengan sebelum pelatihan (Gambar 3), yang mengindikasikan bahwa peserta mampu menerapkan teknik fotografi yang diajarkan. Penelitian oleh Purbaratri et al. [15] juga mendukung temuan ini, di mana pelatihan praktis terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis peserta.

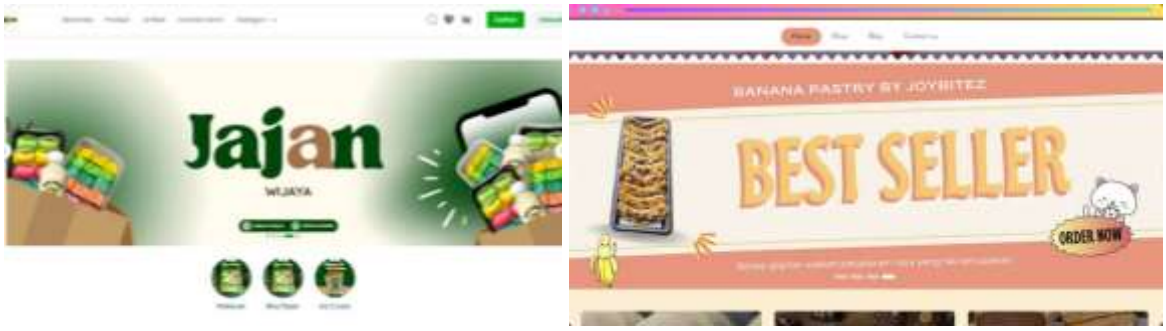


*Gambar 2. Instruktur memandu peserta pelatihan & asisten (mahasiswa) membantu peserta pelatihan*



*Gambar 3. Proses pelatihan foto produk 1 & proses pelatihan foto produk 2*

Hasil dari kegiatan ini juga terlihat dari implementasi langsung teknologi digital dalam bisnis UMKM peserta (Gambar 4). Beberapa peserta melaporkan bahwa mereka mulai melihat peningkatan interaksi di platform online mereka, baik dari segi kunjungan ke website maupun respon terhadap konten di media sosial. Sebagai contoh, salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner melaporkan adanya peningkatan pesanan setelah memperbarui website dan melakukan promosi melalui media sosial yang lebih terstruktur. Silaen et al. [16] menyatakan bahwa adopsi teknologi digital yang tepat dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pasar bagi UMKM, yang terbukti dalam kasus ini.




*Gambar 4. Contoh Website Peserta*

## 3.3 Pembahasan

Pelatihan digital marketing yang dilaksanakan selama tiga hari ini telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengetahuan dan keterampilan para peserta UMKM. Peningkatan yang terlihat dalam pemahaman konsep dasar digital marketing menunjukkan bahwa metode

pembelajaran yang diterapkan, yaitu kombinasi antara ceramah, diskusi, dan praktik langsung, sangat efektif dalam membantu peserta memahami materi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nurdianah et al. [17] tentang pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning), yang menekankan bahwa keterlibatan langsung dalam proses pembelajaran dapat meningkatkan pemahaman dan retensi informasi secara lebih efektif. Dengan metode ini, peserta tidak hanya belajar secara teoritis tetapi juga mampu langsung menerapkan pengetahuan tersebut dalam konteks bisnis mereka.

Namun, tantangan tetap ada selama pelaksanaan pelatihan. Perbedaan tingkat pemahaman teknologi antara peserta menjadi salah satu kendala utama. Beberapa peserta yang belum familiar dengan teknologi digital membutuhkan waktu lebih lama untuk menguasai materi, yang mengakibatkan perlunya penyesuaian dalam kecepatan dan pendekatan pengajaran. Hal ini mencerminkan pentingnya perencanaan yang lebih fleksibel dalam program pelatihan yang melibatkan peserta dengan latar belakang yang beragam (Gambar 5). Selain itu, keterbatasan waktu juga membatasi pendalaman materi yang lebih kompleks, seperti strategi SEO dan analisis data, yang sebenarnya sangat penting untuk keberhasilan implementasi digital marketing dalam jangka panjang.



*Gambar 5. Keterlibatan Peserta*

Dari sisi dampak, pelatihan ini menunjukkan potensi besar dalam memberdayakan UMKM untuk lebih kompetitif di pasar digital. Implementasi teknologi digital yang cepat oleh beberapa peserta menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil mendorong adopsi teknologi yang lebih luas di kalangan UMKM. Hasil ini memperkuat argumen Dwinarko et al. [18] bahwa pelatihan yang didukung dengan fasilitas dan sumber daya yang memadai, serta dukungan berkelanjutan, dapat mempercepat proses digitalisasi UMKM. Keberhasilan ini juga menunjukkan pentingnya pendekatan holistik yang mencakup teori, praktik, dan evaluasi dalam setiap program pengembangan kapasitas.

### 3.4 Evaluasi dan Rekomendasi Perbaikan

Evaluasi terhadap pelatihan ini menunjukkan hasil yang sangat positif, baik dari segi peningkatan pengetahuan peserta maupun penerapan praktis dari materi yang diajarkan. Sepanjang pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman yang jelas terhadap konsep-konsep digital marketing yang disampaikan. Ini terlihat dari kemampuan mereka untuk secara efektif merancang strategi pemasaran digital yang relevan dengan usaha mereka. Para peserta tidak hanya mampu mengikuti materi dengan baik, tetapi juga mulai menerapkan pengetahuan baru mereka secara langsung dalam latihan-latihan yang diberikan selama sesi praktik. Selain itu, hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa materi yang disampaikan sangat sesuai dengan kebutuhan mereka, dan

metode pelatihan yang digunakan membantu mereka memahami dan mengaplikasikan strategi digital marketing dalam bisnis mereka sehari-hari. Observasi langsung juga menunjukkan bahwa peserta sangat antusias dan aktif berpartisipasi, yang mengindikasikan bahwa materi yang diberikan relevan dan bermanfaat bagi bisnis mereka.

Namun, evaluasi juga mengungkap beberapa area yang membutuhkan perbaikan. Salah satu tantangan utama adalah perbedaan tingkat keterampilan digital di antara peserta. Beberapa peserta yang memiliki keterampilan dasar yang rendah membutuhkan waktu lebih lama untuk memahami dan menerapkan materi, sehingga beberapa sesi menjadi lebih padat dan menantang. Meski sebagian besar peserta berhasil membuat website dan melakukan fotografi produk, beberapa dari mereka merasa perlu adanya pendampingan lebih lanjut untuk benar-benar menguasai teknologi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa program pendampingan pasca pelatihan akan sangat bermanfaat untuk memastikan bahwa peserta dapat terus mengembangkan keterampilan mereka dan mengatasi tantangan yang mungkin muncul dalam implementasi teknologi baru.

Untuk meningkatkan efektivitas pelatihan di masa mendatang, disarankan agar durasi pelatihan diperpanjang atau sesi lanjutan ditambahkan untuk mendalami topik-topik yang lebih kompleks. Selain itu, pembagian peserta ke dalam kelompok berdasarkan tingkat keterampilan awal mereka dapat membantu memastikan bahwa materi disampaikan dengan kecepatan yang sesuai untuk setiap kelompok, sehingga semua peserta dapat mengikuti dengan baik. Program pendampingan berkelanjutan juga sangat dianjurkan, di mana peserta dapat memperoleh bimbingan tambahan dan dukungan teknis saat mereka mulai menerapkan strategi digital marketing dalam bisnis mereka. Pendampingan ini dapat mencakup sesi konsultasi online, mentoring individu, atau bahkan kunjungan langsung ke UMKM untuk memberikan bantuan yang lebih mendalam dan spesifik.

Pelatihan diakhiri dengan sesi foto bersama peserta dan pemangku kepentingan. Peserta mendapatkan beberapa peralatan foto produk yang bisa digunakan untuk membantu meningkatkan keberhasilan proses branding dan pemasarannya (Gambar 6).




*Gambar 6. Foto bersama dan penyerahan souvenir*

## 4 KESIMPULAN

Pelatihan digital marketing yang dilaksanakan selama tiga hari bagi UMKM di Kelurahan Tirta Jaya, Kota Depok, berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital para peserta. Melalui kombinasi antara teori dan praktik langsung, peserta tidak hanya memahami konsep dasar digital marketing, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam bentuk pembuatan website, pengelolaan toko online, dan fotografi produk. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memberikan dampak positif yang signifikan, dengan sebagian besar peserta mampu menerapkan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka,

yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan penjualan mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Namun, pelatihan ini juga mengungkap beberapa tantangan, terutama terkait dengan perbedaan tingkat kemampuan teknologi di antara peserta dan keterbatasan waktu untuk mendalami materi yang lebih kompleks. Untuk mencapai hasil yang lebih optimal, disarankan adanya penambahan durasi pelatihan atau penyelenggaraan sesi lanjutan, serta pendampingan berkelanjutan bagi para peserta. Dengan penyesuaian ini, pelatihan serupa di masa depan dapat lebih efektif dalam memberdayakan UMKM dan mempercepat adopsi teknologi digital di sektor usaha kecil dan menengah, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal secara keseluruhan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Universitas Global Jakarta (JGU) yang telah menyediakan fasilitas dan sumber daya yang sangat mendukung kelancaran pelatihan ini, termasuk ruang Lecture Theater, laboratorium komputer, serta peralatan fotografi. Kami juga berterima kasih kepada Kelurahan Tirta Jaya, Kota Depok, atas kerja sama dan dukungannya dalam memobilisasi para peserta UMKM sehingga pelatihan ini dapat berjalan dengan baik. Ucapan terima kasih yang tulus juga kami sampaikan kepada para peserta yang telah berpartisipasi dengan antusias dan penuh semangat, serta kepada para instruktur dan asisten yang telah memberikan bimbingan dan pendampingan selama pelatihan. Semoga kerja sama dan partisipasi ini dapat terus terjalin di masa mendatang untuk kegiatan pengabdian masyarakat yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

[1] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, “UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia,” ekon.go.id. Accessed: Mar. 20, 2024. [Online]. Available: https://ekon.go.id/publikasi/detail/452/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia

[2] A. Apriani and S. A. Wahdiniawati, “Branding Produk UMKM Desa Cogreg Melalui Aplikasi Pemasaran Digital,” vol. 2, no. 3, pp. 94–101, 2024.

[3] A. B. Parebong and P. S. Manajemen, “Literature Review : Strategi Digital Marketing Dalam Pendahuluan,” vol. 01, no. 01, pp. 17–25, 2024.

[4] K. Digdowiseiso and R. Ria, “Pengenalan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Jatisampurna Kota Bekasi,” *J. Abdimas Bina Bangsa*, vol. 4, no. 1, pp. 608–620, 2023, [Online]. Available: https://www.jabb.lppmbinabangsa.id/index.php/jabb/article/view/452%0Ahttps://www.jabb.lppmbinabangsa.id/index.php/jabb/article/download/452/255

[5] M. A. Sifwah, Z. Z. Nikhal, A. P. Dewi, N. Nurcahyani, and R. N. Latifah, “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM,” *MANTAP J. Manag. Accounting, Tax Prod.*, vol. 2, no. 1, pp. 109–118, 2024, doi: 10.57235/mantap.v2i1.1592.

[6] M. A. F. Habib and S. Sutopo, “Pembinaan Umkm Dalam Aspek Komunikasi Pemasaran Sebagai Wujud Pemberdayaan Perempuan Di Sekitar Kawasan Wisata Pantai,” *J. Islam. Tour. Halal Food*

*Islam. Travel. Creat. Econ.*, vol. 4, no. 1, pp. 85–100, 2024, doi: 10.21274/ar-rehla.v4i1.9640.

[7] S. Fikri, R. W. Wisnumurti, N. P. Anugrah, V. A. Hendarto, C. Widya Ningrum, and N. Assegaff, "Pelatihan Dan Pengelolaan Media Sosial Desa Wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo," *J. Penyul. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 137–144, 2024, doi: 10.59066/jppm.v3i2.668.

[8] T. Endrawati, M. S. Safarudin, C. Windreis, M. AR, A. Zahruddin, and T. Yusnanto, "Pelatihan Manajemen Bisnis Dan Pemasaran Online Bagi Umkm Di Berbagai Provinsi," *Communnity Dev. J.*, vol. 4, no. 2, pp. 4501–4512, 2023, [Online]. Available: http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/15990%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/download/15990/12278

[9] Machin, Muhammad Reza Aulia, Joni Hendra, Elvina Safitri, and A. Bawono, "Keberlanjutan UMKM di Jawa Barat di Tinjau Dari New-era Business : Transformasi Digital, Dividen Digital, dan Kewirausahaan," *J. Bisnisman Ris. Bisnis dan Manaj.*, vol. 5, no. 1, pp. 01–15, 2023, doi: 10.52005/bisnisman.v5i1.130.

[10] Kaharuddin, Yurdi, Maulidani, Mihani, Saiful, and N. Matiin, "Implementasi Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Sanggatta Utara , Kalimantan Timur Implementation of Digital Marketing Training for MSMEs in North," vol. 2, no. 2, pp. 56–71, 2024.

[11] L. Hermawati and Y. Ekawarti, "Business Model Canvas Sebagai Strategi Penetrasi Usaha Mikro ke Pasar Modern dan Ekspor," vol. 6, no. 01, pp. 22–32, 2024.

[12] R. Mesra *et al.*, "Pelatihan Capcut Video Editing Untuk Meningkat Kerja," *Communnity Dev. J.*, vol. 5, no. 3, pp. 5381–5391, 2024.

[13] A. Sopanah, H. R. Iswari, F. Nurdiyansyah, and R. B. Sulistyan, "Eksistensi Dan Peningkatan Kemandirian Ekonomi Sanggar Gong Pro Melalui Pelatihan Digital Marketing," *Jabb*, vol. 4, no. 2, p. 2023, 2023.

[14] S. Mariam and A. H. Ramli, "Digital Marketing Unggul untuk Peningkatan Pemasaran UMKM di Kota Jakarta Barat," *Indones. Collab. J. Community Serv.*, vol. 3, no. 4, pp. 379–390, 2023.

[15] W. Purbaratri, N. K. Tachjar, and L. P. DT, "Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing Berbasis Canva," *J. Igakerta*, vol. 1, no. 2, pp. 1–5, 2024, [Online]. Available: https://igakerta.com/jurnal/index.php/iga/article/view/8

[16] K. Silaen, L. E. Bachtiar, M. Silaen, and P. Arisman, "Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Lokal Diera Online," vol. 2, no. 3, pp. 1072–1079, 2024.

[17] R. F. Nurdiah, M. Budiyanto, and S. A. Alima, "Pembelajaran Aktif : Implementasi Pendekatan Experiential Learning Pada Pembelajaran IPA untuk Meningkatkan Hasil Belajar," vol. 8, no. 2, pp. 164–170, 2024.

[18] Dwinarko, S. Tabrani, and M. Pagi, "Pelatihan Komunikasi Organisasi Melalui Digitalisasi Pelayanan Publik Di Desa Talagasari, Kecamatan Serangpanjang, Kabupaten Subang," vol. 01, no. 05, pp. 30–34, 2021.