

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETIG SEBAGAI STRATEGI  
PEMASARAN PADA PRODUK UMKM DESA KUTAMUKTI  
Ayuni<sup>1</sup>, Joko Pramono<sup>2</sup>, Rafika Rahmawati<sup>3</sup>, Luthpiyah Juliandara<sup>4</sup>, jamalludin Harahab<sup>5</sup>, Evi  
Mafriningsiati<sup>6</sup>

123456 Universitas Islam 45 Jalan Cut Meutia No. 83 Bekasi Timur  
[ayuniii2029@gmail.com](mailto:ayuniii2029@gmail.com)

### Abstrak

Pergeseran tren pemasaran dari konvensional (*offline*) ke media *online* saat ini menyebabkan para pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan potensi digital marketing kehilangan kesempatan untuk lebih meningkatkan usahanya. Tujuan utama dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman akan pentingnya *digital marketing* dan meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM dalam dunia *digital marketing* baik melalui media sosial maupun *e-commerce*, guna meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi UMKM. pelaku usaha di Desa Kutamukti. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendidikan dan pelatihan masyarakat dengan membantu pelaku UMKM dengan memanfaatkan media digital dalam memasarkan produknya untuk meningkatkan pendapatan UMKM. Hasil observasi yang telah dilakukan, masyarakat di desa Kutamukti kurang memahami dalam memasarkan suatu produk berbasis digital marketing. Harapan dari program pengabdian masyarakat ini dapat membantu UMKM di desa Kutamukti untuk memanfaatkan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk memperluas pasar guna mendapatkan konsumen baru.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Media Sosial, *E-Commerce*

### Abstract

*The shift in marketing trends from conventional (offline) to online media at this time causes MSME actors who do not take advantage of the potential of digital marketing to lose the opportunity to further improve their business. The main purpose of this community service program is to provide an understanding of the importance of digital marketing and improve the skills of MSME actors in the world of digital marketing both through social media and e-commerce, in order to increase sales and profits for MSME business actors in the village of Kutamukti. The method used in this service is community education and training by helping MSME actors by utilizing digital media in marketing their products to increase the MSME income. The results of the observations that have been made, the people in the village of Kutamukti lack understanding in marketing a product based on digital marketing. The hope of this community service program is to help MSMEs in Kutamukti village to take advantage of digital marketing as a marketing strategy to expand the market in order to get new consumers.*

Keyword: MSME, Digital Marketing, Social Media, *E-Commerce*

## PENDAHULUAN

*Digital marketing* adalah sebuah teknologi informasi yang berguna untuk melakukan kegiatan promosi melalui internet. Dalam mengembangkan usaha, *digital marketing* menjadi solusi yang tepat dalam memasarkan produk baik internasional maupun nasional karena setiap tahun pengguna internet semakin meningkat (Abdurrahman et al., 2020). Dengan menggunakan *digital marketing* pada saat bertransaksi bisa dilakukan secara *real time* atau setiap waktu, dapat melihat berbagai produk hanya melalui internet, berbagai informasi produk pun sudah tersedia, ketika membandingkan sebuah produk dengan produk lain menjadi mudah dengan adanya *digital marketing*.

Banyak yang mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi sangat penting dalam melakukan usaha bagi UMKM. Usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian di dunia karena dapat menciptakan lapangan kerja, mengentaskan masalah kemiskinan, serta berkontribusi pada suatu negara. Tantangan pada UMKM yang dihadapinya yaitu cara pemasaran produk supaya efisien. UMKM yang ada di Indonesia tidak semuanya mampu mengubah pola promosi pemasaran mereka menjadi pemasaran media digital. Dikarenakan rendahnya Pendidikan, pengetahuan yang kurang tentang internet (Susanti, 2020)

Pemilihan *digital marketing* dapat menjadi tujuan utama bagi para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk menggunakan media *online* sebagai jalan keluar yang efektif dan efisien untuk dapat memperluas jangkauan bisnisnya. Untuk menarik minat konsumen sesuai target lokasi dan pasar yang ingin dicapai, para pelaku bisnis dapat dengan mudah memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh media sosial ataupun *e-commerce* secara optimal untuk memasarkan produknya. Selain melalui media sosial dan *e-commerce*, pemanfaatan *google maps* dapat meningkatkan jangkauan target konsumen sehingga terjadi peningkatan konsumen. *Google maps* ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengembangkan UMKM dengan memanfaatkan pelayanan titik lokasi secara mandiri pada peta. *Google maps* memuat berbagai informasi berupa ulasan dari pengguna lain, deskripsi suatu tempat, alamat, foto, dsb.

Desa Kutamukti adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Rata-rata pendidikan masyarakat di desa Kutamukti ini tergolong rendah sehingga mempunyai pendapatan / penghasilan yang cukup rendah pula. Pertumbuhan UMKM (Usaha mikro kecil menengah) di desa Kutamukti ini juga terbilang masih rendah, belum berkembang serta penjualan produknya pun masih secara konvensional (*offline*) belum terarah ke *digital marketing*. Sebagai contohnya UMKM yang terdapat di Desa Kutamukti, Dusun Poris yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha keripik pisang ini masih secara konvensional yaitu dengan cara menitipkan produk keripik pisang di warung-warung terdekat untuk dijual. Oleh karena itu, dalam proses pengabdian masyarakat ini akan memberikan pelatihan *digital marketing* melalui media sosial, *e-commerce*, *google maps* supaya jangkauan produknya lebih meluas lagi sehingga perlu adanya peningkatan ilmu pengetahuan tentang perkembangan teknologi informasi seperti *digital marketing* dengan memanfaatkan fitur media sosial, *e-commerce*, *google maps* bagi usaha kecil, khususnya para pelaku UMKM di Desa Kutamukti dalam mengembangkan usaha kedepannya.

Pelaku UMKM terkendala dengan minimnya informasi pengetahuan tentang *digitalisasi marketing*. potensi pemanfaatan *digitalisasi marketing* ini mengharapakan masyarakat setempat untuk melihat bahwa teknologi ini semakin canggih. Gerakan kegiatan pengabdian masyarakat dalam hal pemanfaatan *digitalisasi marketing* ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan, pengetahuan dan pemahaman serta dapat menginspirasi pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi internet seperti media sosial, *e-commerce*, *google maps* sebagai sarana untuk meningkatkan usahanya.

## METODE PELAKSANAAN

Sasaran dari pelaksanaan kegiatan kuliah kerja nyata ini yaitu masyarakat di Desa Kutamukti khususnya di tujukan kepada UMKM yang bisa dibbilang masih cukup produktif. Dengan program ini diharapkan kegiatan ini para UMKM dapat memperoleh dan memahami pengetahuan mengenai *digital marketing*, dan juga Pemahaman terhadap *Digital Marketing* melalui media sosial dan *e-*

*commerce* serta *google maps*. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat yaitu menggunakan metode Pendidikan Masyarakat serta Pelatihan.

### Pendidikan Masyarakat

Metode ini digunakan untuk melakukan kegiatan Program Pengabdian Masyarakat yaitu memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya *digital marketing* pada zaman yang sudah modern saat ini serta dapat menginspirasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai alat untuk menjalankan bisnisnya dalam berjualan secara *online* maupun *offline*.

### Pelatihan:

Metode pelaksanaan ini digunakan untuk memberikan pembinaan kepada pelaku UMKM di desa Kutamukti agar dapat menjual produknya secara *online* seperti pembuatan akun media sosial serta *e-commerce*, cara memasarkan produknya di media sosial serta *e-commerce*, cara memilih *caption* yang lebih menarik agar dapat meningkatkan penjualan dan membantu mendapatkan konsumen baru. Dengan demikian jaringan penjualannya menjadi lebih luas, tidak hanya di sekitar daerahnya saja tetapi diluar daerah tersebut bisa membeli produk yang dijual UMKM yang ada di desa Kutamukti. Selain itu, pelatihan selanjutnya yaitu menitik pusatkan toko ke *google maps* agar lokasinya mudah di cari oleh konsumen.

### Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

#### Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini dilakukan di lingkungan Desa Kutamukti, Dusun Poris, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang yang bertema “Pemanfaatan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Pada Produk UMKM di Desa Kutamukti” Adapun rincian kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

Tabel 1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

NO	Kegiatan	Sasaran	Waktu Pelaksanaan	Lokasi
<b>Program umum</b>				
	Memulai jejak digitalisasi dalam mengembangkan bisnis	Yang memiliki UMKM	5 September 2022	Desa Kutamukti
<b>Program khusus</b>				
1.	Observasi	UMKM Desa Kutamukti	13 Agustus 2022	Desa Kutamukti
2.	Perencanaan Program	UMKM Desa Kutamukti	16 Agustus 2022	Desa Kutamukti
3.	Sosialisasi kepada Pedagang	UMKM Desa Kutamukti	24 Agustus 2022	Desa Kutamukti
4.	Pelatihan Strategi Pemasaran melalui media sosial dan <i>e-commerce</i>	UMKM Desa Kutamukti	31 Agustus 2022	Desa Kutamukti
5.	Menitik pusatkan toko ke <i>google maps</i>	UMKM Desa Kutamukti	7 September 2022	Desa Kutamukti
6.	Pendampingan dan I program	UMKM Desa Kutamukti	14 September 2022	Desa Kutamukti

### Hasil Pelaksanaan Program

Hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan pengetahuan bagi para pelaku UMKM mengenai manfaat *digital marketing* serta dampak yang diperoleh ketika produknya dipasarkan melalui *online* dengan menggunakan sosial media, e-commerce, serta *google maps*. Pada kegiatan ini diharapkan para pelaku UMKM dapat mengerti, mengembangkan serta mengelola pemasaran produknya melalui secara *online*. Sasaran dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat 4 pelaku usaha serta karyawannya di usaha UMKM ini, berikut daftar pelaku usaha :

Tabel 2. Daftar pelaku usaha

No	Sasaran	Jenis usaha
1	Ketoprak goler jaya (Ibu ijah & bapak ajun)	Makanan berat
2	Aufna grosir (Ibu aufna dan ibu umi)	Peralatan rumah tangga
3	Aneka jajanan mamah sarah (Ibu marsih)	Makanan ringan
4	Keripik pisang teh lely (Ibu lely)	Makanan ringan

Dari beberapa pelaku usaha tersebut ada yang belum memasarkan produknya melalui e-commerce shopee, sosial media, serta belum memanfaatkan google maps. Hal ini karena mereka kurangnya inovasi dalam strategi pemasaran pada perkembangan zaman saat ini. Untuk itu perlu diadakannya kegiatan *digital marketing*, Berikut kegiatan yang telah dilaksanakan:

### Observasi

Kegiatan observasi ini dilakukan bersama kepala dusun dengan mengunjungi beberapa UMKM yang ada di desa kutamukti, dusun poris. Kegiatan observasi ini dilakukan agar tahu cara pelaku usaha dalam memasarkan produknya, serta mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi pada usahanya melalui diskusi singkat. Setelah melakukan observasi, selanjutnya yaitu melakukan perizinan secara sopan dengan menjelaskan kepada pelaku UMKM tentang program-program yang akan dijalankan. Para pelaku UMKM sangat menerima perizinan tersebut, karena mereka merasa bahwa kegiatan ini membantu dan bermanfaat bagi para UMKM mengembangkan usahanya.



Gambar 1. Kegiatan Observasi

### Sosialisasi *digital marketing*

Sosialisasi ini dilakukan untuk menetapkan waktu pelatihan *digital marketing* selama 1 bulan yaitu dari tanggal 22 agustus 2022 sampai 22 september 2022. Sosialisasi ini di khususkan untuk empat pelaku UMKM yaitu UMKM ketoprak goler jaya, UMKM aufna grosir, UMKM keripik pisang teh lely serta UMKM aneka jajan mamah sarah. Kegiatan Sosialisasi ini dengan mendatangkan satu persatu UMKM, karena adanya kendala waktu. Dari keempat pemilik UMKM ini pemasaran produknya masih melalui *offline* belum secara *online*, bahkan pelaku UMKM ini tidak mengerti pemasaran melalui *online*. Tingkat pengetahuan yang rendah pada para pelaku UMKM terhadap strategi pemasaran melalui *digital marketing* ini membuat para pelaku UMKM kurang paham dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia serta penggunaannya di sosial media, e-commerce serta google maps.

Maka dari itu, kegiatan sosialisasi ini diawali dengan menjelaskan pengertian *digital marketing*, pemanfaatan *digital marketing* sebagai strategi pemasaran khususnya pada sosial media (Facebook, WhatsApp bisnis), e-commerce (shopee) dan google maps. Diharapkan pada kegiatan sosialisasi ini para pelaku UMKM dapat memahami apa yang telah di sampaikan.



Gambar 2. Kegiatan sosialisasi ke UMKM

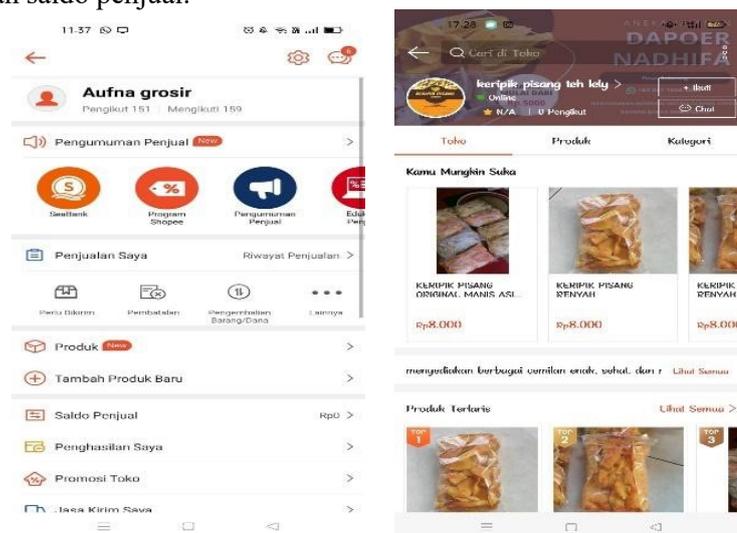
### Pelatihan e-commerce shopee dan sosial media

Setelah diadakannya kegiatan sosialisasi, selanjutnya melakukan kegiatan pelatihan strategi pemasaran melalui e-commerce shopee, sosial media seperti Facebook, WhatsApp bisnis. Kegiatan ini dilaksanakan guna memperluas pemasaran pada produk-produk pelaku UMKM.



Gambar 3. Kegiatan pelatihan

Kegiatan ini yang dilakukan diawali dengan pengenalan mengenai aplikasi shopee, pembuatan akun shopee, penggunaan akun shopee ini seperti mengupload produk, memberi caption yang baik, serta cara mengaplikasikan penggunaan fitur-fitur shopee (supaya toko menjadi gratis ongkir, supaya produknya bisa naik), cara pengiriman produk ke konsumen sampai dengan cara pengambilan penarikan saldo penjual.



Gambar 4. Pelatihan e-commerce shopee

Cara membuat akun shopee :

- Mendownload aplikasi shopee di *playstore* ataupun *app store*
- Klik daftar
- Masukkan nomor telepon
- Klik lanjut
- Melakukan verifikasi dengan menyelesaikan puzzle
- Masukkan kode verifikasi OTP yang telah diterima
- Atur password, klik daftar
- Akun shopee berhasil

Selanjutnya, membuat toko di shopee :

- Buka aplikasi shopee
- lalu klik tap saya, kemudian mulai jual
- Klik tambah produk baru
- Isi dengan melengkapi informasi produk
- ketika semua sudah lengkap, klik simpan lalu tampilkan
- selesai, toko shopee telah dibuat dan siap digunakan

Selamat! Pendaftaran kamu sudah di proses & program Gratis Ongkir kamu sudah siap untuk diaktifkan!  
 Jangan lupa untuk mengikuti langkah dibawah ini untuk memastikan pengaktifan fitur ini & juga memastikan pembayaran subsidi yang lancar ke kamu ya!



Gambar 5. Hasil kegiatan pengaplikasian fitur program gratis ongkir

Program gratis ongkir yang di adakan oleh shopee ini sangat bermanfaat bagi pembeli serta memudahkan pelaku UMKM mendapatkan konsumen. Program gratis ongkir ini memiliki 2 jenis, yaitu Gratis ongkir biasa serta gratis ongkir ekstra. Gratis ongkir biasa tidak dikenakan biaya admin bagi penjual, tetapi pembeli harus memesan produk minimal 120rb untuk mendapatkan gratis ongkir sedangkan biaya gratis ongkir ekstra dikenakan biaya admin, pembeli hanya memesan produk minimal 30rb. Biaya admin pada gratis ongkir ekstra sekitar 1-3rb jika pembeli membeli produk seharga 50rb.

Cara mendaftarkan toko supaya bisa gratis ongkir

- Gratis ongkir biasa

- Klik menu gratis ongkir & voucher
- Klik ketentuan gratis ongkir
- Daftar sekarang (isi formulir)
- Klik centang, lalu kirim

Tunggu notifikasi 1 – 3 hari, setelah mendapatkan notifikasi lalu :

- Klik notifikasi
- Aktivasi hampir selesai
- Klik status jasa kirim saya
- Klik bagian saya, toko saya
- Ketika sudah berhasil, toko akan ada tag gratis ongkir

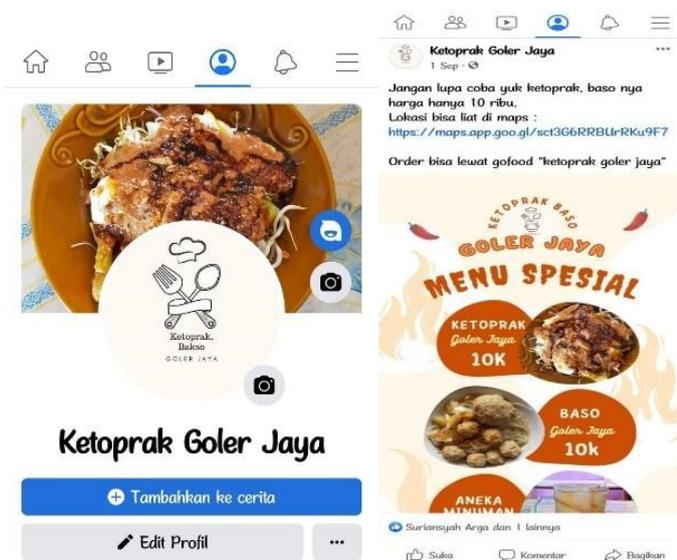
- Gratis ongkir ekstra

- Klik saya
- Klik pusat bantuan

- Di bagian pencarian, ketik gratis ongkir ekstra & bagaimana cara mendaftarkan dan berhenti dari program gratis ongkir ekstra
- Isi formulir berwarna biru
- Klik ya, centang, dan kirim

Gratis ongkir ekstra dapat digunakan ketika gratis ongkir biasa sudah teraplikasikan.

strategi pemasaran melalui sosial media seperti facebook ini dimulai dengan dilakukannya pembuatan akun facebook, penggunaan facebook untuk melakukan pemasaran produknya seperti memasukan ke group-group penjual UMKM di daerah karawang, cara memposting promosi produk di facebook yang menarik pelanggan, serta memposting produk di fitur marketplace facebook.



Gambar 6. Pelatihan pembuatan akun facebook

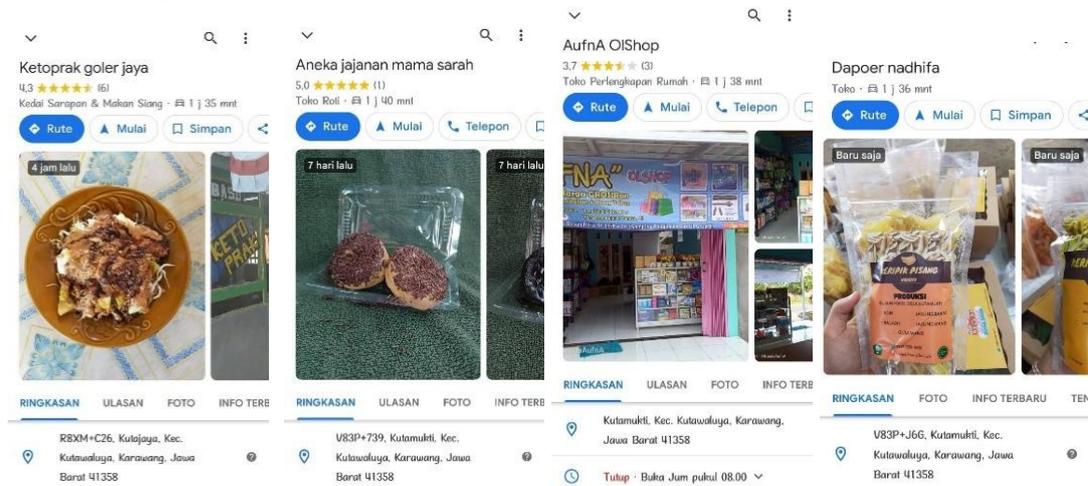
WhatsApp bisnis sangat bermanfaat untuk berkomunikasi kepada pelanggan. WhatsApp ini sebuah aplikasi yang dapat diunduh melalui *playstore*. pelatihan yang dilakukan yaitu dengan memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara penggunaan WhatsApp bisnis seperti memasukan produk ke katalog WhatsApp, mengatur pemberitahuan jam operasional, mencantumkan alamat secara detail, mengajarkan fitur cara melabeli pelanggan (Pelanggan baru, perlu membayar maupun perlu dikirim)



Gambar 7. Pelatihan media sosial whatsapp bisnis

### Pelatihan menitik pusatkan toko ke google maps

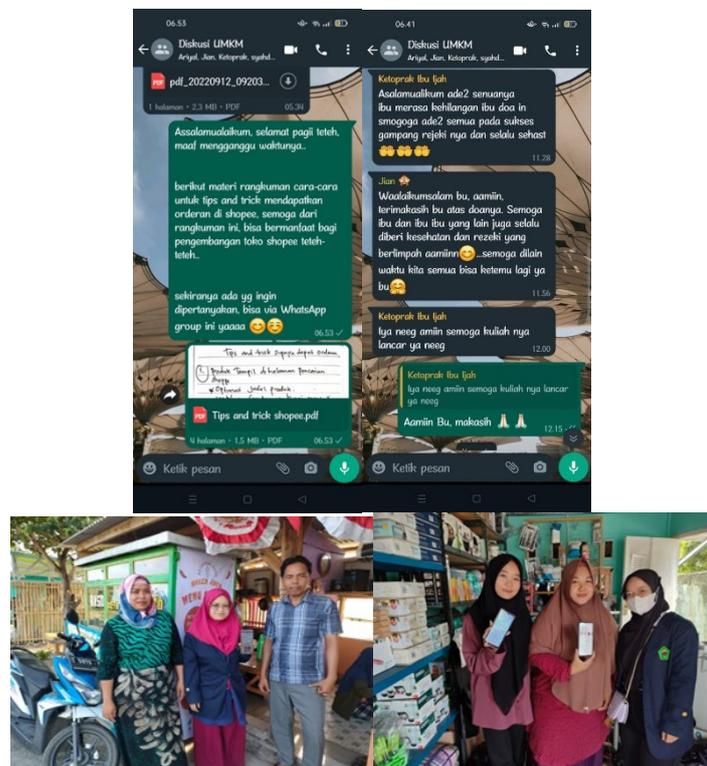
Google maps sangat penting sebagai petunjuk arah. Tentunya ini memudahkan konsumen menuju lokasi usaha UMKM, konsumen bisa melihat patokan lokasi secara jelas. Dengan begitu, konsumen yakin dengan benar adanya toko offline yang dapat dijangkau.



Gambar 8. Pelatihan menitik pusatkan toko ke google maps

### Pendampingan dan controlling program

Pendampingan yang dilakukan kepada para pelaku UMKM selama pelatihan berlangsung yaitu dengan memberi arahan serta petunjuk teknis apa yang harus dilakukan oleh para pelaku UMKM untuk keperluan pemasaran jual beli online di e-commerce maupun sosial media. Serta ketika kegiatan pengabdian masyarakat selesai pun, saya tetap terus mengontrol program melalui WhatsApp group bersama para pelaku UMKM. Para pelaku UMKM pun harus memahami pentingnya media digital untuk meningkatkan usaha tersebut serta para pelaku UMKM harus terus mengikuti perkembangan teknologi supaya usahanya tersebut dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi.



Gambar 9. Kegiatan pendampingan dan controlling program digital marketing

### **Kendala yang dihadapi serta cara mengatasinya**

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan di desa kutamukti, dusun poris tentang *digital marketing* ini para pelaku UMKM sebenarnya sangat tertarik untuk menggunakan *digital marketing* dan mengoptimalkan pemanfaatan sosial media, e-commerce bahkan google maps. Tetapi para pemilik UMKM ini memiliki kendala. Contoh kendalanya yaitu seperti pemahaman yang kurang mengenai pentingnya digital marketing, kurang memahami cara penggunaan sosial media, e-commerce serta google maps dengan baik, tidak sabar dalam mendapatkan hasil, pemahaman yang kurang dalam menciptakan postingan yang baik dan menarik, beberapa UMKM memiliki Handphone (alat komunikasi) yang kurang mendukung, faktor usia sehingga tidak semangat lagi untuk mengembangkan usahanya melalui *digital marketing*, sulitnya melaksanakan program secara tepat waktu, karena sasaran sedang melakukan kegiatan diluar rumah maupun kesibukan lain.

Adapun solusi dari kendala-kendala yang dihadapi dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu: memberikan pemahaman tentang pemanfaatan *digital marketing* seperti pemanfaatan media sosial serta e-commerce sebagai sarana pemasaran produk, menyampaikan materi dengan sabar dan detail serta perlahan-lahan, diperlukan kesabaran ketika handphone yang dimiliki para peserta mengalami kendala (*error*), memberitahu/membuat kesepakatan bersama mengenai jadwal kegiatan yang akan dilakukan supaya dapat terlaksana dan tidak ada kendala, mengoptimalkan waktu kegiatan untuk berdiskusi serta pelaku UMKM diberikan langkah-langkah dan praktek membuat akun media digital, cara pengoptimalan sarana promosi *media digital* untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas lagi artinya jangkauannya tidak hanya di daerahnya saja tetapi diluar daerah tersebut pun bisa memesan produk UMKM ini.

### **Dampak yang dihasilkan**

Dampak yang dihasilkan dalam kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yaitu sebagai berikut :

- Pelaku UMKM memahami pentingnya peralihan media pemasaran menjadi *digital marketing* pada perkembangan zaman saat ini
- Pelaku UMKM mampu memahami penggunaan media sosial, e-commerce, dan google maps yang berguna sebagai media pemasaran
- Pelaku UMKM termotivasi untuk memajukan usahanya tersebut melalui pemasaran *online*

### **Simpulan dan Saran**

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan seperti sosialisasi serta pelatihan *digital marketing* ini membuat para pelaku UMKM melek akan teknologi digital, sebelum melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini para pelaku UMKM masih belum memahami penggunaan sosial media serta e-commerce. Dalam pemasarannya pun, mereka masih menjual produknya hanya di sekitar lingkungan tempat tinggalnya sendiri. Setelah melakukan kegiatan ini para pelaku UMKM paham cara memasarkan produknya melalui facebook, WhatsApp bisnis serta e-commerce shopee serta google maps yang berguna untuk menambah berbagai informasi seperti lokasi usaha, jam buka toko dan sebagainya.

Di era modern seperti saat ini, UMKM yang tidak mengembangkan strategi pemasaran secara *online* mengakibatkan usaha tidak akan dapat bertahan. *Digital marketing* ini memberikan dampak positif terhadap kinerja pemilik UMKM. Pemilik UMKM mengatakan bahwa dengan penggunaan sosial media (Facebook, WhatsApp bisnis), e-commerce (shopee) serta google maps ini sangat membantu memudahkan mereka dalam memasarkan produk-produknya. Fitur-fitur yang tersedia di dalamnya pun dapat dipahami oleh para pemilik UMKM. Penjualan produk-produk pada UMKM ketoprak goler jaya, UMKM aufna grosir, UMKM keripik pisang teh lely serta UMKM aneka jajan mamah sarah mengalami peningkatan ketika menerapkan penjualan melalui *digital marketing* ini.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, ada yang harus diperhatikan untuk kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya yaitu (1) pelatihan-pelatihan seperti ini perlu dilaksanakan lebih sesering mungkin untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran mengenai pentingnya *digital marketing* untuk strategi pemasaran produk, (2) kegiatan pelatihan *digital marketing* ini perlu

ditindaklanjuti dengan pembimbingan secara berkala supaya dapat optimal dalam memasarkan produk UMKM.

### Daftar Pustaka

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Bakti, J., Bangsa, B., Kusuma, U. W., Berry, Y., & Hastuti, I. P. (2022). Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing Melalui Platform Aplikasi. *01*, 36–45.
- Bakti, J., Bangsa, B., Zuhrufillah, E. N., & Mulyanti, K. (2022). Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan. *01*, 8–14.
- CEMSED. (2021). Pelatihan digital marketing. *Cemsed-Uksw.Org*, 01, 125–132. <https://cemsed-uksw.org/index.php/2021/10/10/pelatihan-digital-marketing/>
- Luthfi, N., & Islam, U. (n.d.). *Upaya Promosi Efektif Menggunakan Digital Marketing Pada UMKM di Era Pandemi Covid-19*.
- Selby, T., Universitas, O., Bekasi, I., & Kunci, K. (n.d.). Meningkatkan Produktivitas dengan Berwirausaha di Desa Mekarmukti Pada Masa Pandemi Covid-19.
- 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>