

Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM Paguyuban Kampung Bejo Dengan Aplikasi Linktree Dan Media Sosial

Andi Lopa Ginting^{1*}, Lilik Sulistyowati², Fauzi Hafa³, Retno Febriyastuti Widyawati⁴

^{1,4}Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

²Perencanaan Wilayah Kota, Fakultas Sains dan Teknologi

³PGSD, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

⁴Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

^{1,2,3}Universitas Terbuka

⁴Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

e-mail: ¹andi.lopaginting@ecampus.ut.ac.id *(corresponding author)

Abstrak

Perkembangan perdagangan yang terjadi saat ini adalah efek langsung adanya teknologi. Adanya perkembangan teknologi menjadikan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menawarkan barangnya secara online untuk meningkatkan hasil produknya ke konsumen sehingga akan meningkatkan pendapatannya. Perkembangan teknologi juga memungkinkan lebih banyak konsumen mengetahui produk-produk yang dijual oleh para produsen. Hal ini memudahkan konsumen untuk menemukan informasi tentang barang yang dijual oleh produsen. Program pendukung seperti aplikasi linktree dapat digunakan untuk mengaplikasikan informasi tersebut. Linktree adalah program yang bagus, dimana aplikasi ini bisa membuat tautan link pada satu landing page saja. Namun kenyataannya, banyak UMKM yang tidak menyadari hal tersebut, termasuk UMKM Paguyuban Kampung Bejo di Kelurahan Arjowinangun. Maka, tim pengabdian masyarakat membantu UMKM mengatasi permasalahan dengan memberikan sosialisasi pelatihan strategi pemasaran dengan aplikasi linktree dan media sosial. Pendekatan dilakukan dengan cara Focus Group Discussion (FGD) yang dihadiri oleh 21 UMKM pada Selasa, 11 Juli 2023 di Kelurahan Arjowinangun. Hasil dari kegiatan ini yaitu para pelaku UMKM sangat bersemangat dan mempraktekkan pembuatan aplikasi Linktree secara langsung. Diharapkan dengan adanya aplikasi Linktree ini dapat memudahkan para pelaku UMKM dalam menjual produknya sehingga lebih dikenal oleh konsumen dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.

Kata kunci: FGD; linktree; media social; pemasaran; UMKM

Abstract

The development of trade that is happening at this time is a direct effect of technology. The existence of technological developments has made Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) offer their goods online to increase their product results to consumers so that it will increase their income. Technological developments also allow more consumers to know the products sold by manufacturers. This makes it easier for consumers to find information about goods sold by manufacturers. Supporting programs such as the linktree application can be used to apply this information. Linktree is a good program, where this application can create links on one landing page only. But in reality, many MSMEs are not aware of this, including the MSMEs of the Bejo Village Association in Arjowinangun Village. So, the community service team helps MSMEs overcome problems by providing outreach marketing strategy training with the linktree application and social media. The approach was carried out by means of a Focus Group Discussion (FGD) which was attended by 21 MSMEs on Tuesday, 11 July 2023 in Arjowinangun Village. The result of this activity is that MSME actors are very enthusiastic and practice making the Linktree application directly. It is hoped that the existence of the Linktree application will make it easier for MSME actors to sell their products so that they are better known by consumers and get more profits.

Keywords: FGD; linktree; social media; marketing; UMKM

I. PENDAHULUAN

Kelurahan Arjowinangun merupakan kawasan daerah yang terletak pada bagian selatan Kecamatan Kedungkandang ataupun terletak dibagian selatan Kota Malang. Kelurahan Arjowinangun merupakan wilayah perbatasan antara Kota Malang dengan Kabupaten Malang. Kelurahan ini termasuk salah satu dari 12 Kelurahan yang ada di Kecamatan Kedungkandang. Sesuai Keputusan Walikota Malang No. 324 Tahun 2005 tentang Kode dan Data Wilayah Administratif Pemerintah Kota Malang, Kelurahan Arjowinangun memiliki luas 266 Km² yang terdiri atas 9 Rukun Warga (RW) dan 53 Rukun Tetangga (RT). Letak geografis Kelurahan Arjowinangun menjadikan wilayah ini tumbuh cepat dan mengalami perkembangan yang sangat dinamis baik dalam aspek pemerintahan, pembangunan maupun sosial kemasyarakatan.

Selain itu juga, Kelurahan Arjowinangun merupakan kawasan trans-sosial antara wilayah kota dengan kabupaten sehingga membawa implikasi-implikasi kehidupan, baik yang bersifat positif maupun negatif. Akibatnya, jumlah perkembangan penduduk di Kelurahan Arjowinangun dari waktu ke waktu terus mengalami pertambahan baik secara alami maupun non alami. Pertambahan penduduk secara non alami disebabkan karena adanya pertumbuhan perdagangan (UMKM) yang mengakibatkan kepadatan penduduk di daerah tersebut.

Pertumbuhan perdagangan yang semakin pesat, baik mulai dari industri-industri skala kecil sampai dengan industri-insustri skala besar menjadikan Kelurahan Arjowinangun menjadi penyumbang kontribusi perekonomian nasional. Namun ternyata pada kenyataannya dengan semakin berkembangnya pertumbuhan perdagangan didaerah tersebut, terdapat permasalahan bagi sektor Usaha

Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Permasalahan tersebut khususnya dalam hal pendanaan dan pemasaran. Berdasarkan hasil

wawancara yang dilakukan, diperoleh hasil bawah warga Arjowinangun sudah memiliki paguyuban UMKM yang bernama Kampung Bejo. Paguyuban Kampung Bejo tersebut pun, mempunyai permasalahan terkait dengan Sumber Daya Manusia (SDM). SDM Paguyuban Kampung Bejo tersebut masih belum tahu maksimal cara pemasaran digital yang sedang trend dalam duni penjualan *online*. Maka dari itu, pemerintah setempat yang diwakili oleh RW 5 Arjowinangun memiliki keinginan yang kuat untuk dapat meningkatkan kualitas SDM khususnya pemasaran digital didaerahnya yakni peningkatan pemasaran digital UMKM dengan linktree dan aplikasi media sosial.

Pemasaran adalah proses dan manajerial yang membuat individu maupun kelompok mendapatkan suatu yang dibutuhkan atau diinginkan dengan cara menciptakan, menawarkan maupun mempertukarkan produk yang bernilai kepada orang lain. Proses ini dimulai dari produsen sampai ke konsumen. Peranan dari pemasaran tidak hanya menyampaikan produk yang dijualnya kepada masyarakat, namun juga memberikan kepuasan kepada pembeli atau konsumen bagaimana produk ataupun jasanya tersebut dapat diterima oleh konsumen, sehingga nantinya produsen akan mendapatkan laba atau keuntungan [1].

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompokkelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan bagi para pelanggan [2].

[3] Perkembangan teknologi dan penggunaan internet saat ini memberikan peluang kepada konsumen maupun produsen untuk dapat mencari produk yang diinginkan dalam skala luas atau global dengan cara berkomunikasi antar pihak di dunia maya. Maka dari itu dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin luas, pemasaran digital merupakan promosi yang dapat dilakukan oleh produsen untuk melebarkan pangsa pasar secara luas dan global [4]. Memperluas pasar salah satu dengan pemasaran digital [5][6]. Untuk memperoleh pangsa pasar yang luas tersebut, menggunakan aplikasi linktree dan media social bisa dijadikan kunci keberhasilan untuk memperoleh pangsa pasar yang luas.

Pemasaran digital merupakan kegiatan promosi dengan memanfaatkan sarana jejaring atau media social. Dengan menggunakan pemasaran digital, aktivitas pemasaran dapat lebih terpadu dan interaktif sehingga dapat memudahkan interaksi antara produsen dan konsumen [7][8]. Sehingga pada saat ini, mau tidak mau, media social mengubah cara konsumen untuk berinteraksi antara produsen dan konsumen. Banyak kelebihan apabila menggunakan pemasaran digital, diantaranya yaitu menciptakan teknik pemasaran yang lebih interaktif antara produsen dan konsumen, menghemat biaya pemasaran produsen, mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas bagi produsen, dapat mentargetkan pelanggan dan jangkaun pelanggan, dapat mengoptimalkan google trends maupun mesin pencari dalam memasukkan kata kunci supaya tepat sasaran konsumen dan pembuatan konten yang cukup beragam sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak lagi.

Linktree merupakan salah satu bentuk cara pemasaran digital yang sedang tren saat ini. Namun penggunaan linktree di Indonesia untuk para UMKM masih terbatas dan masih sedikit yang tahu cara menggunakan atau mengaplikasikannya. Linktree adalah halaman referensi atau situs pembuatan link

yang mengarah pada media social. Seperti pada Namanya, Linktree adalah pohon tautan, dimana pengguna bisa membuat satu link induk dan menyematkan beberapa informasi penting di dalamnya. Aplikasi ini dikembangkan di Australia dan saat ini banyak dipasang oleh beberapa UMKM, selebgram, produsen skala besar, bahkan guru untuk membantu dan memudahkan mengarahkan halaman di media social. Bagi UMKM, linktree ini dapat mempermudah calon konsumen untuk menemukan informasi penting saluran bisnis melalui satu *landing page* saja, tautan dari linktree tersebut dapat mencantumkan misalnya saja, homepage bisnis UMKM, link *marketplace* (shoppe, Tokopedia, Lazada, dan lainnya), kontak Whatsapp, Alamat, dan lainnya [9][10].

Dari hasil wawancara tersebut, maka tim pengabdian ingin melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam hal *marketing digital* dengan cara memberikan sosialisasi dan praktik langsung cara menggunakan pemasaran digital linktree dan aplikasi media social di Paguyuban UMKM Kampung Bejo.

II. SUMBER INSPIRASI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kegiatan yang didasari oleh masyarakat Kelurahan Arjowinangun Paguyuban UMKM Kampung Bejo merasa kesulitan pengemasan pemasaran penjualan masyarakat. Pengusul mengusulkan program pengabdian kepada masyarakat Universitas Terbuka ini berfokus pada pengembangan SDM para UMKM Paguyuban Kampung Bejo. Program yang diusulkan adalah pelatihan strategi pemasaran digital marketing bagi UMKM Paguyuban Kampung Bejo menggunakan linktree dan media sosial, untuk mendukung proses bisnis paguyuban ini. Pelatihan dilakukan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat untuk dapat mengelola produk UMKM dengan pemasaran digital.

III. METODE KEGIATAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat terdiri dari beberapa tahapan yaitu tahapan persiapan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi kegiatan, dan tahap publikasi hasil kegiatan. Adapun tahapan pengabdian masyarakat, yaitu:

1. Tahapan Persiapan

Dimulai dari melakukan wawancara kepada para UMKM yang ada di Paguyuban Kampung Bejo dan mendapatkan permasalahan bahwa Paguyuban Kampung Bejo tersebut terkendala dalam hal pendanaan dan pemasaran yang disebabkan oleh SDM. Lalu tim menawarkan solusi terkait permasalahan tersebut dengan membantu Paguyuban Kampung Bejo untuk memasarkan melalui aplikasi LINKTREE dan media social sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar. Ditahapan ini juga, pengabdian melakukan telaah pustaka yang akan digunakan sebagai acuan, selanjutnya berkoordinasi dengan mitra (dalam hal ini Paguyuban Kampung Bejo) dan membuat kesepakatan untuk mengadakan sosialisasi maupun pelatihan penggunaan linktree dan media social sebagai strategi pemasaran di Paguyuban Kampung Bejo.

2. Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan materi dilakukan setelah pengabdian dan para UMKM Paguyuban Kampung Bejo sepakat untuk mengadakan sosialisasi dan pelatihan. Kegiatan ini dilakukan di Kelurahan Arjowinangun pada hari Selasa, 11 Juli 2023. Pada tahapan ini, pengabdian menyampaikan dan membimbing para UMKM dan mempraktekan langsung cara membuat linktree.

3. Tahap Evaluasi Kegiatan

Tahap evaluasi kegiatan pada kegiatan ini yaitu pengabdian memberikan beberapa pertanyaan kepada para UMKM Paguyuban Kampung Bejo atas penyampaian materi yang diberikan, lalu perwakilan memberikan *feedback* atas kegiatan tersebut.

4. Tahap Publikasi Hasil Kegiatan

Tahap publikasi hasil kegiatan dilakukan setelah pengabdian selesai melaksanakan pengabdian masyarakat dan akan menuliskan serta mempublikasikan hasilnya ke dalam jurnal ber-ISSN.

IV. KARYA UTAMA

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan di Kelurahan Arjowinangun untuk para UMKM Paguyuban Kampung Bejo yang terdiri dari 21 UMKM. Persiapan kegiatan masyarakat dimulai dari Juni 2022 melalui kegiatan observasi dan wawancara antara UMKM dan tim pengabdian masyarakat. Dari hasil wawancara ditemukan bahwa Paguyuban Kampung Bejo tersebut terkendala dalam hal pendanaan dan pemasaran. Para pelaku UMKM mempunyai SDM yang belum bisa untuk mengoptimalkan pemasaran digital. Maka dari itu, tim pengabdian menawarkan solusi aplikasi Linktree dan media social sebagai sarana pemasaran yang dapat digunakan oleh para UMKM. Sehingga pada akhirnya, menyepakati jadwal pelaksanaan, jumlah peserta UMKM yang akan terlibat langsung dalam pendampingan atau pelatihan.

Pengabdian ini juga melibatkan beberapa dosen dan mahasiswa. Kegiatan diawali dengan sambutan oleh ketua paguyuban, lalu dilanjutkan pemaparan materi yang disampaikan oleh dosen dan mahasiswa, setelah itu praktek langsung pembuatan linktree dan media social oleh para UMKM Paguyuban Kampung Bejo disertai dengan tanya jawab dan diskusi, selanjutnya sesi penutup dan foto bersama. Adapun peserta yang hadir berbagai macam dari pelaku usaha mikro, diantaranya yaitu Toko Kelontong Bunora; UMKM Madu; UMKM Kue Kering; Toko Sembako; Toko Souvenir atau Percetakan; Toko Oleh-Oleh Keripik Pare dan Tempe Sagu; Toko Oleh-Oleh Bunga Telang dan Jasa Knalpot, Usaha Kerajinan Tanagan, dan lainnya. Kegiatan pada sesi pertama adalah pemaparan materi strategi pemasaran digital

menggunakan aplikasi linktree. Pada sesi ini, tim pengabdian masyarakat menjelaskan secara umum teori pemasaran, fungsi pemasaran, teori UMKM, pengertian linktree, fungsi linktree untuk bisnis, dan cara membuat linktree dan media social.

Setelah penyampaian materi disampaikan oleh tim, kegiatan selanjutnya yaitu sesi diskusi dengan cara tanya jawab yang dilakukan oleh para peserta dan tim pengabdian masyarakat. Adapun pertanyaan yang diajukan oleh terlebih dahulu oleh tim pengabdian kepada masyarakat adalah:

1. Bagaimanakah sistem penjualan UMKM pada Paguyuban Kampung Bejo?

Jawaban dari para UMKM yaitu para UMKM masih berjualan dengan cara konvensional yaitu berjualan dipinggir jalan dan tidak paham akan strategi pemasaran digital.

2. Apakah para UMKM Paguyuban Kampung Bejo mengenal strategi pemasaran digital?

Jawaban dari para UMKM yaitu belum mengenal dan baru setelah ada sosialisasi dari tim pengabdian masyarakat mulai mengenal dan akan memulai secara dasar.

Sedangkan pertanyaan yang diajukan oleh para UMKM Paguyuban Kampung Bejo terkait dengan pemasaran digital adalah:

1. Apakah yang dibutuhkan oleh para UMKM pada saat ini?

Jawaban dari tim adalah masalah SDM yang harus ditingkatkan dan belajar tentang strategi pemasaran digital, supaya para UMKM dapat memperluas jangkauan pasar yang lebih banyak, beragam, bervariasi, dan luas. Adapun cara strategi pemasaran digital tersebut salah satunya yaitu menggunakan linktree dan media social.

2. Apakah kegunaan linktree ini bagi kami para UMKM?

Jawaban dari tim yaitu mempermudah calon konsumen untuk menemukan informasi penting saluran bisnis melalui satu *landing page* saja mengenai produk Bapak atau Ibu yang dijual,

lalu tautan dari linktree tersebut dapat Bapak atau Ibu cantumkan misalnya saja, homepage bisnis UMKM, link marketplace (shoppe, Tokopedia, Lazada, dan lainnya), kontak Whatsapp, alamat, dan lainnya sehingga para konsumen yang akan membeli produk melalui media digital dapat melihat semua informasi secara detail.

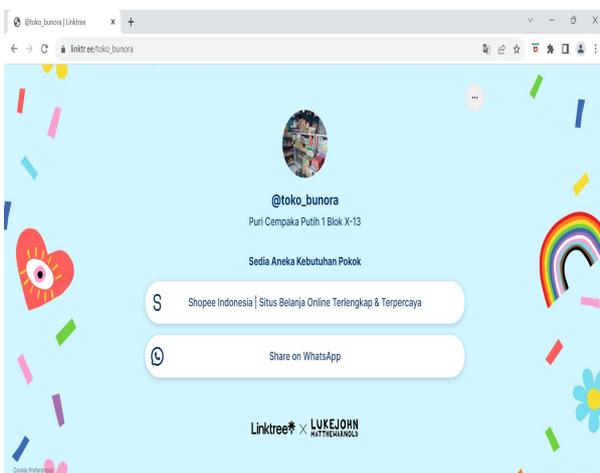
Selanjutnya yaitu praktek langsung pembuatan linktree oleh para UMKM Paguyuban Kampung Bejo. Praktek ini sangat penting bagi para warga untuk dapat menggunakan secara mandiri. Adapun hasil dari pembuatan praktek langsung linktree oleh para UMKM tersebut, dapat dilihat pada link-link berikut ini:

1. https://linktr.ee/toko_bunora.
2. https://linktr.ee/grahamadu72?utm_source=linktree_admin_share.
3. https://linktr.ee/kuekeringcookiesmama?utm_source=linktree_admin_share.
4. https://linktr.ee/mistarikosim?utm_source=linktree_admin_share.
5. https://linktr.ee/johanprint?utm_source=linktree_admin_share.
6. https://linktr.ee/toko_a.b?utm_source=linktree_admin_share.
7. <https://linktr.ee/novilia34>.
8. <https://linktr.ee/tunggaljayaabadi>.

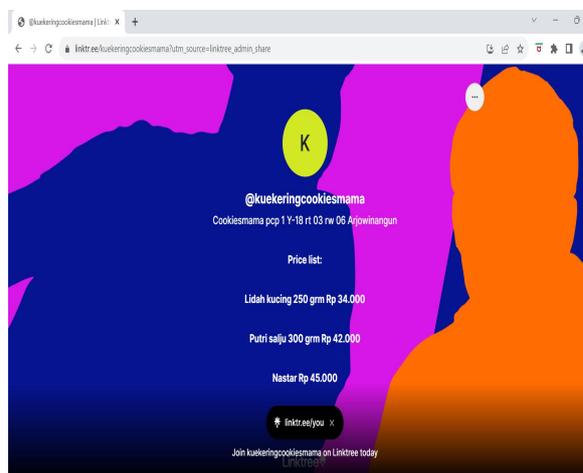
Berikut juga hasil tampilan pembuatan linktree yang dilakukan oleh para UMKM Paguyuban Kampung Bejo dari hasil kegiatan yang telah dilakukan, pengabdian meminta para UMKM Paguyuban Kampung Bejo memberikan *feedback* terhadap sosialisasi dan pelatihan yang sudah dilaksanakan, dan hasilnya para pelaku UMKM antusias dan senang dapat membuat akun linktree dan media social sebagai sarana untuk pemasaran produk mereka sehingga dapat memudahkan konsumen melakukan pencarian informasi terhadap usaha para UMKM. Setelah memberikan *feedback* dari kegiatan, selanjutnya adalah sesi penutupan dan foto bersama.



Gambar 1. Penyampaian Materi dari Tim Pengabdian Masyarakat



Gambar 2. Hasil Pembuatan Linktree Toko Bu Nora



Gambar 3. Hasil Pembuatan Linktree Kue Kering



Gambar 4. Foto Bersama Para UMKM Paguyuban Kampung Bejo dan Tim Pengabdian Masyarakat



Gambar 5. Foto Tim Pengabdian Masyarakat

V. ULASAN KARYA

Sosialisasi dan pelatihan strategi pemasaran menggunakan aplikasi linktree dan media social yang sudah dilaksanakan di UMKM Paguyuban Kampung Bejo dapat dijadikan sebagai pembinaan yang bisa dilaksanakan berkelanjutan pada waktu yang akan datang. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat merasakan antusiasme yang sangat luar biasa dari para pelaku UMKM Paguyuban Kampung Bejo dalam memperhatikan pemaparan dan diskusi. Dari hasil sosialisasi tersebut para pelaku UMKM langsung melakukan praktik pembuatan aplikasi linktree dan sebagian besar setelah diadakan pelatihan, para UMKM menjadi lebih paham dan tahu akan kegunaan aplikasi tersebut sebagai sarana strategi pemasaran produknya.

VI. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini sangat bermanfaat untuk para pelaku UMKM yang tergabung di Paguyuban Kampung Beko Kelurahan Arjowinangun. Strategi pemasaran digital saat ini merupakan suatu kebutuhan yang harus dimiliki oleh para pelaku UMKM, karena apabila hanya mengandalkan pemasaran konvensional saja (jualan dipinggir jalan), para pelaku UMKM akan memperoleh keuntungan yang sedikit karena hanya beberapa orang saja yang membeli produk yang di pasarkan. Namun, apabila para pelaku UMKM dapat memasarkan produknya melalui pemasaran digital dengan memanfaatkan aplikasi linktree, maka cakupan jualan produknya akan semakin luas dan global, sehingga memungkinkan untuk diakses oleh pengguna internet yang lebih luas untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dan hal ini secara langsung dapat mampu mensejahterakan perekonomian para pelaku UMKM tersebut.

VII. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

memberikan dampak serta manfaat, yaitu:

1. Para pelaku UMKM Paguyuban Kampung Bejo paham dan tahu pentingnya strategi pemasaran digital dalam memasarkan produknya.
2. Para pelaku UMKM Paguyuban Kampung Bejo langsung bisa mempraktekan cara pembuatan aplikasi linktree dan media social sebagai sarana promosi produknya.

Para pelaku UMKM Paguyuban Kampung Bejo mengaplikasikan dan memberikan tautan linktree pada social media yang mereka punya Bejo mengaplikasikan dan memberikan tautan linktree pada social media yang mereka punya.

VIII. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hasvia, T. G., Lady, De Utami, N. A., Aulia, G., dan Jones, J. H. 2023. Peran Digital Marketing dalam Pengembangan Kegiatan Promosi UMKM Windish. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1): 598-610.
- [2] Putri, B.R.T. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Fakultas peternakan. Universitas Udayana.
- [3] Aryanto, V.D.W dan Wismanoro, Y. 2022. *Marketing Digital: Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. PT Kanisius Yogyakarta, Yogyakarta.
- [4] Yasin, M.Z. 2021. *Umkm dan Upaya Formalisasi Sektor Ekonomi di Indonesia* Diakses pada 21 Juni 2023. <https://rised.or.id/umkm-dan-upaya-formalisasi-sektor-ekonomi-di-indonesia/>.
- [5] Harjito, B., Mufidah, F., dan Afifah, L.N. 2021. Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Camilan “YAYANT” di Kelurahan Jenggrik, Kecamatan Kedawung, Kabupaten Sragen pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal SEMAR*, 11(1):70-75.
- [6] Khoziyah, S dan Lubis, E.E. 2021. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal SEMAR*, 10(2):104-

- 107.
- [7] Woelandari, D.S dan Setyawati, N.W. 2020. Digital dengan Menggunakan Media Sosial Facebook dan Instagram Bagi Industri Rumahan. Jurnal Komunitas Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 1(1):1-5.
- [8] Kshetri, Anita, dan Bidyanand, Jha. 2016. Online Purchase Intention: A Study of Automobile Sector in India. Review of Integrative Bussines and Economic Research, 5(3):35-59.
- [9] Hariani, E., Widyawati, R.F., dan Dewanti, A.A. 2022. Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM di Kota Pasuruan dengan Aplikasi LINKTREE. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(3):101-108.
- [10] Hariani, E., Widyawati, R.F., dan Dewanti, A.A. 2022. Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM di Kota Pasuruan dengan Aplikasi LINKTREE. Jurnal ABDIRA, 2(3):101-108.

IX. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Terbuka yang telah berkenan memberikan pendanaan. Selain itu juga mengucapkan terima kasih kepada para pelaku UMKM Paguyuban Kampung Bejo Kelurahan Arjowinangun yang telah bersedia untuk menjadi bagian dari kegiatan ini.