



PELATIHAN INSTAGRAM MARKETING PADA UMKM BINAAN SUDIN PPKUKM JAKARTA SELATAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE

Anindita Budi Astuti^{1*}, Lani Siti Noor Aisyah², Yayah Nurasih³

¹Prodi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

^{2,3}Prodi Desain Grafis, Politeknik Negeri Media Kreatif, Indonesia

anindita@polimedia.ac.id, lani.aisyah@polimedia.ac.id, yayah.nurasih@polimedia.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Masih banyak UMKM yang belum memahami dengan baik cara optimalisasi Instagram marketing melalui IG ads, cara membuat desain konten yang menarik, serta belum memahami etika promosi di Instagram. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat Kemitraan Strategis ini yaitu untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan IG ads, menguasai software Canva dalam membuat desain konten promosi, dan dapat membuat konten promosi yang tidak melanggar etika. Kegiatan ini dikemas dalam bentuk pelatihan Instagram Marketing bagi UMKM binaan Sudin PPKUKM yang berada di wilayah Kecamatan Ps.Minggu dan Kecamatan Jagakarsa sebanyak 20 peserta. Evaluasi pengetahuan peserta dilakukan sebelum materi pelatihan diberikan melalui pre-test. Diakhiri dengan pengukuran akhir melalui post-test. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa sebelum diberikan pelatihan Instagram Marketing sebagian besar peserta memiliki pengetahuan dengan kategori sedang yaitu 80% dan masih ada peserta yang memiliki pengetahuan dengan kategori rendah yaitu 8%. Setelah diberikan pelatihan, hasil pengukuran menunjukkan sebagian besar pengetahuan berada pada kategori tinggi yaitu 83% dan kategori sedang yaitu 18%.

Kata Kunci: Instagram marketing; sosial media; UMKM

Abstract: There are still many SMEs who don't understand well how to optimize Instagram marketing through IG ads, how to create attractive content designs, and don't understand the ethics of promotion on Instagram. The purpose of implementing this Strategic Partnership Community Service is to increase the ability of SMEs players to utilize IG ads, master Canva software in designing promotional content, and be able to create promotional content that does not violate ethics. This activity was packaged in the form of Instagram Marketing training for SMEs assisted by the PPKUKM Sub-agency in the Ps. Minggu and Jagakarsa District areas with a total of 20 participants. Evaluation of participants' knowledge is carried out before the training material is given through a pre- test. Ended with the final measurement through the post-test. The results of the community service show that before being given Instagram Marketing training, most of the participants had moderate category knowledge, namely 80% and there were still few participants who had low category knowledge, namely 8%. After being given training, the measurement results showed that most of the knowledge was in the high category, namely 83% and the medium category, namely 18%.

Keywords: Instagram marketing; social media; SMEs

A. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan sektor UMKM yang terus meningkat setiap tahunnya dan menjadi kunci penting dalam membantu memperkuat perekonomian Indonesia. UMKM sudah membuktikan diri sebagai bisnis yang tahan terhadap krisis, bahkan sebagai pemacu pemulihan setelah masa pandemi Covid-19. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika hingga akhir tahun 2022 terdapat sekitar 64 juta unit UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia. Namun ada tantangan besar yang umumnya

dihadapi oleh UMKM seperti masalah pemasaran, keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan, akses keuangan, teknologi dan infrastruktur, serta birokrasi dan regulasi. Pemasaran sangatlah krusial bagi keberlangsungan bisnis UMKM. Akan tetapi UMKM seringkali mengalami kesulitan dalam melakukan efisiensi operasional bisnis karena pemasaran yang dilakukan masih secara tradisional. Pemasaran secara tradisional ini juga menyebabkan UMKM memiliki keterbatasan jangkauan pasar dan daya saing yang kurang tinggi. Pesatnya perkembangan internet di tanah air mendorong munculnya cara pemasaran baru yang dilakukan secara online melalui berbagai media digital, seperti website, media social dan blog (Astuti, 2020). Pemasaran online memberikan banyak manfaat dan kemudahan bagi UMKM dalam menjalankan promosi yang pada akhirnya UMKM menilai pemasaran secara tradisional tidak lagi dinilai efektif dan terjadi pergeseran dari pemasaran tradisional kearah pemasaran digital (Ulya, 2020).

Terjadinya pergeseran tren pemasaran kearah digital mendorong Suku Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) Kota Administratif Jakarta Selatan untuk membantu upaya digitalisasi UMKM binaan agar mereka semakin berkembang dan memiliki daya saing yang tinggi dengan cakupan wilayah pemasaran yang luas. Salah satu cara untuk dapat mewujudkannya yaitu dengan mendorong UMKM binaan untuk memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai sarana berpromosi maupun berjualan. Akan tetapi mitra menghadapi permasalahan yang cukup sulit dikarenakan tidak sedikit UMKM binaan yang masih minim pengetahuan dan ketrampilan pemanfaatan Instagram untuk memasarkan produknya. Sementara UMKM binaan yang sudah melakukan pemasaran melalui Instagram masih banyak yang belum memahami dasar-dasar penting dari Instagram Marketing sehingga diperlukan adanya pelatihan-pelatihan yang dapat meningkatkan kemampuan softskill dan pengetahuan UMKM binaan. Pihak mitra cukup sering mengadakan pelatihan bagi UMKM binaan namun mayoritas bentuk pelatihan yang diberikan lebih mengarah kepada kewirausahaan dan kreasi produk. Minimnya bentuk pelatihan yang terkait dengan digital marketing dan Instagram marketing pada khususnya dapat menghambat upaya UMKM agar dapat menjalankan bisnisnya secara digital.

UMKM Go Digital merupakan program pemerintah Indonesia yang ditujukan untuk membantu UMKM dalam memaksimalkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam mengoperasikan bisnis mereka. Digitalisasi UMKM tersebut akan menyebabkan terjadinya peralihan transaksi bisnis menjadi secara online dan memberikan keuntungan seperti efisiensi waktu, kemudahan dan tidak terbatas ruang. Pemerintah menargetkan sebanyak 30 juta UMKM sudah Go Digital pada tahun 2024 sehingga Go Digital menjadi keharusan dan tuntutan yang harus diikuti oleh UMKM. Salah satu kecakapan yang harus dikuasai oleh UMKM yaitu digital marketing melalui media sosial, seperti Instagram.

Berbagai kegiatan pengabdian terkait dengan pelatihan digital marketing sudah banyak dilakukan sebagai upaya mendorong percepatan UMKM *go digital*. Hendriadi dkk (2019) memberikan Pelatihan digital marketing kepada para pengusaha UMKM untuk membantu meningkatkan kemampuan mereka dalam pemanfaatan digital marketing. Putri dkk (2022) mengadakan kegiatan Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman masyarakat dalam melakukan pemasaran secara digital dan membantu masyarakat untuk memperoleh sertifikasi kompetensi dalam bidang digital marketing. Andriana dkk (2022) melaksanakan kegiatan Pelatihan Strategi Social Media Marketing menggunakan Instagram untuk meningkatkan wawasan pelaku usaha terkait penerapan strategi sosial media marketing di usaha yang sedang dikelola sehingga mampu berdampak pada peningkatan penjualan online.

Oleh karena itu, untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh mitra khususnya terkait dengan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan akan pemasaran melalui media social Instagram serta untuk meningkatkan kemampuan penjualan secara online maka solusi

yang ditawarkan adalah dengan cara memberikan pelatihan Instagram Marketing. Pelatihan dilakukan melalui penyampaian materi dan praktek cara optimasi Instagram Bisnis dan Instagram ads, UMKM juga harus memahami etika berpromosi di Instagram serta berlatih cara membuat desain konten promosi menggunakan software Canva kepada UMKM binaan Sudin PPKUKM Kota Administratis Jakarta Selatan. Pelatihan ini bertujuan agar UMKM memiliki peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan Instagram Bisnis dan Instagram ads, menguasai software Canva dalam membuat desain konten promosi, dan dapat membuat konten promosi yang tidak melanggar etika.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini diawali dengan persiapan kegiatan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan. Adapun alur kegiatan dari Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat dilihat pada bagan 1.



Gambar 1. Alur Kegiatan

Tahap persiapan kegiatan diawali dengan rapat koordinasi dengan Kepala Suku Dinas PPKUKM Jakarta Selatan beserta tim untuk menentukan wilayah Kecamatan di Jakarta Selatan yang akan menjadi target peserta, mempersiapkan poster kegiatan, membuat backdrop kegiatan dan penyusunan materi-materi pelatihan.

Metode yang digunakan dalam tahap pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini berupa pelatihan Instagram Marketing yang diberikan melalui metode ceramah, diskusi dan praktek. Metode ceramah disampaikan dalam tiga sesi dan dalam setiap sesi diisi oleh seorang instruktur. Metode ini dilakukan untuk memberikan materi dan contoh mengenai optimalisasi Instagram profesional, materi etika berpromosi di Instagram, dan materi pembuatan desain konten menggunakan canva. Di akhir setiap sesi, peserta melakukan diskusi mengenai kendala yang dihadapi oleh bisnis yang dijalaninya dalam berpromosi secara digital melalui media sosial. Kemudian peserta melakukan praktek membuat iklan produknya menggunakan fitur IG ads serta praktek mendesain konten promosi produknya dengan menggunakan aplikasi Canva.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bermitra dengan Suku Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) Jakarta Selatan dan jumlah peserta yang terlibat dalam pelatihan ini sebanyak 20 orang yang berasal dari beraneka macam UMKM yang berada di wilayah Kecamatan Pasar Minggu dan Kecamatan Jagakarsa.

Tahap Evaluasi kegiatan terhadap peserta dalam pelatihan Instagram ini dilakukan dengan cara memberikan pre-test dan post-test kepada peserta. Pre-test diberikan sebelum peserta mendapatkan materi dan praktek untuk mengukur sejauhmana pengetahuan yang dimiliki oleh peserta terhadap materi yang akan diberikan oleh instruktur. Selanjutnya post-test diberikan saat peserta telah menjalani praktek dan memperoleh materi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa pelatihan Instagram Marketing bagi UMKM binaan Sudin PPKUKM Jakarta Selatan sebagai berikut:

1. Persiapan Kegiatan

Tim Pengabdian terlebih dahulu melakukan rapat koordinasi dengan pihak mitra strategis yaitu Suku Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) Jakarta Selatan pada tanggal 11 April 2023 untuk membahas rencana jadwal pelaksanaan dan teknis Kerjasama antara Polimedia dengan Sudin

PPKUKM Jakarta Selatan. Kemudian pada tanggal 23 Juni 2023, tim Pengabdian melakukan diskusi lanjutan dengan pihak mitra untuk menentukan banyaknya jumlah peserta dan wilayah kecamatan di Jakarta Selatan yang akan menjadi lokasi pelaksanaan. Kami sepakat bahwa pihak mitra yang akan menginformasikan kepada para UMKM dan mengkoordinir UMKM yang tertarik untuk mendaftar sebagai peserta. Pada tanggal 21 Juli 2023, tim Pengabdian melakukan diskusi dengan penanggung jawab kegiatan dari pihak mitra yang berasal dari Kecamatan Pasar Minggu dan Kecamatan Jagakarsa untuk membahas persiapan teknis dari pelatihan Instagram Marketing ini. Selain itu, pada tahap persiapan kegiatan ini tim pengabdian juga mempersiapkan materi serta aplikasi software yang akan digunakan pada saat pelaksanaan.

- a) Materi pertama yaitu optimalisasi Instagram Bisnis dan IG ads, oleh Anindita Budi Astuti, M.M. Pertimbangan pemberian materi ini karena berdasarkan dari pengamatan pendahuluan yang telah dilakukan terhadap para pelaku UMKM, rata-rata mereka masih menggunakan akun tipe personal di Instagram sehingga luas jangkauan dan fitur yang dapat dimanfaatkan untuk berpromosi masih sangat terbatas. Melalui pemberian materi ini peserta akan diberikan wawasan pengetahuan mengenai akun tipe bisnis di Instagram dan dan ketrampilan dalam berpromosi dengan melakukan pemasaran memakai Instagram ads melalui smartphone.
- b) Materi kedua yaitu Etika berpromosi dalam Instagram, oleh Yayah Nurashah, M.Pd. Pertimbangan pemberian materi ini dikarenakan masih banyak ditemui dalam konten-konten promosi di Instagram yang dinilai tidak sesuai dengan norma etika berpromosi sehingga perlu diberikan pengetahuan mengenai hal-hal apa saja yang melanggar etika berpromosi.
- c) Materi ketiga yaitu Pembuatan desain konten menggunakan software canva, oleh Lani Siti Noor Aisyah, M.Ds. Pertimbangan pemberian materi ini disebabkan dari hasil diskusi dengan pihak mitra masih banyak pelaku UMKM yang belum pernah belajar membuat desain konten promosi sehingga konten-konten yang dibuat oleh mereka menjadi terkesan kurang rapih, tidak menarik dan kurang informatif. Sehingga dengan pemberian materi ini peserta dapat berlatih membuat desain konten promosi yang lebih menarik dan informatif namun simple dengan menggunakan software canva pada smartphone.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan Instagram Marketing ini diadakan selama dua hari pada lokasi dan peserta yang berbeda. Kegiatan pelatihan hari pertama diadakan pada tanggal 01 Agustus 2023 bertempat di Ruang Aula Serbaguna Gedung Kecamatan Pasar Minggu yang beralamatkan di Jl. Raya Ragunan No.16, RT.6/RW.1, Jati Padang, Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12540. Kegiatan ini diikuti oleh peserta sebanyak 20 orang yang berasal dari UMKM yang berada di wilayah kecamatan Pasar Minggu. Sedangkan kegiatan pelatihan hari kedua diadakan pada tanggal 02 Agustus 2023 bertempat di RPTRA Ciganjur Berseri yang beralamatkan di Jalan Pasir No. 1, Ciganjur, Jagakarsa, RT.1/RW.6, Ciganjur, Jakarta Selatan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12630 dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang yang berasal dari UMKM di wilayah Kecamatan Jagakarsa.

Agenda pelatihan pada hari pertama di Kecamatan Pasar Minggu dibuka dengan pemberian kata sambutan dari Bapak Bisner Boy Giver Damanik selaku Plt. Kasatpel UMKM Pasar Minggu dan Bapak Abdul Cholik selaku Wakil Camat Pasar Minggu. Sementara pada pelatihan hari kedua di Kecamatan Jagakarsa dibuka dengan pemberian kata sambutan dari Bapak Edi Margono selaku Subkoordinator Urusan

Pemasaran Dinas PPKUKM Provinsi DKI Jakarta dan Ibu Yuyun Yunaenah selaku Kepala Lurah Ciganjur.

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ini tidak ada perbedaan pemberian materi dan praktek di kedua lokasi. Pada setiap lokasi kegiatan, seluruh peserta mengikuti rangkaian acara yang identik satu sama lainnya. Setelah acara pembukaan, kegiatan dilanjutkan dengan pemberian materi pelatihan oleh instruktur pertama (gambar 1).



Gambar 1. Pemberian materi oleh instruktur pertama di Kecamatan Pasar Minggu

Instruktur pertama juga mengajarkan praktek menggunakan Instagram ads melalui smartphone dari masing-masing peserta. Peserta diminta untuk memilih salah satu postingan konten pada halaman *feed* untuk kemudian diiklankan secara riil memakai Instagram ads (gambar 2).



Gambar 2. Praktek penggunaan IG ads oleh instruktur pertama di Kecamatan Jagakarsa

Selanjutnya pemberian materi pelatihan oleh pemateri kedua. Pada materi kedua ini peserta diberikan penjelasan oleh pemateri mengenai etika promosi yang baik dan buruk yang banyak ditemui di dalam Instagram (gambar 3).



Gambar 2. Pemberian Materi oleh pemateri kedua di Kecamatan Jagakarsa

Peserta juga diajak untuk berdiskusi mengenai hal-hal apa saja yang melanggar norma etika berpromosi beserta dengan contoh kasusnya yang pernah dilakukan oleh

beberapa merek produk ketika berpromosi di media sosial khususnya Instagram (gambar 4).



Gambar 4. Sesi diskusi oleh pemateri kedua di Kecamatan Pasar Minggu

Pada materi terakhir yang disampaikan oleh instruktur ketiga, peserta diberikan penjelasan mengenai prinsip-prinsip dasar desain dan bagaimana cara membuat desain yang menarik dengan menggunakan Canva (gambar 5).



Gambar 5. Pemberian Materi oleh Instruktur ketiga di Kecamatan Jagakarsa

Agar peserta dapat mempraktekkan cara membuat desain secara langsung maka setelah instruktur ketiga selesai memberikan penjelasan materi, para peserta lalu diminta untuk mendownload aplikasi Canva pada smartphone masing-masing dengan dibantu oleh asisten instruktur (gambar 4).



Gambar 4. Peserta menginstall software Canva dengan bantuan Asisten Instruktur di Kecamatan Pasar Minggu

3. Evaluasi Kegiatan

Monitoring dilaksanakan dengan melakukan diskusi tanya jawab disertai praktek langsung dengan peserta. Peserta diminta untuk menyampaikan kesulitan yang dialaminya dalam pemakaian Instagram Bisnis, Instagram ads dan Software Canva untuk meningkatkan promosi produk. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pemberian sejumlah pertanyaan terkait dengan materi yang akan disampaikan dalam bentuk soal-soal pre-test dan post-test. Hasil evaluasi dari post-test akan dijadikan sebagai rencana tindak lanjut pada kegiatan pengabdian kepada Masyarakat berikutnya.

Di dalam pemberian pelatihan diperlukan suatu bentuk evaluasi yang dapat mengukur tingkat keberhasilan peningkatan softskill peserta. Sehingga pada pelaksanaan pelatihan Instagram Marketing ini seluruh peserta UMKM baik di Kecamatan Pasar Minggu maupun di Kecamatan Jagakarsa diminta untuk mengerjakan soal pre-test dan post test. Berdasarkan hasil pre-test dan post test pada Kecamatan Pasar Minggu terlihat bahwa setelah pre-test peserta rata-rata memiliki pengetahuan kategori sedang mengenai Instagram Marketing, etika promosi, dan Desain menggunakan Canva dengan prosentase sebesar 85%. Hanya sebesar 15% peserta yang sudah memiliki pengetahuan dengan kategori tinggi. Evaluasi terhadap pengetahuan peserta dilakukan kembali setelah peserta memperoleh penjelasan materi dan melakukan praktek dari para instruktur. Berdasarkan dari table hasil pre-test dan post test di Kecamatan Pasar Minggu, peserta menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dimana hasil post test memperlihatkan prosentase peserta yang memiliki pengetahuan dengan kategori tinggi sebesar 95% dan hanya 5% yang termasuk ke dalam memiliki pengetahuan dengan kategori sedang. Hasil pretest dan post test dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pre-test dan Post Test

Kategori	Kecamatan Pasar Minggu				Kecamatan Jagakarsa			
	Pre test		Post test		Pre test		Post test	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Rendah	0	0	0	0%	3	15%	0	0%
Sedang	17	85%	1	5%	15	75%	6	30%
Tinggi	3	15%	19	95%	2	10%	14	70%

4. Kendala yang Dihadapi

Terdapat sejumlah kendala terkait dengan optimalisasi Instagram Bisnis dan Instagram ads serta penggunaan aplikasi software Canva yang akan dipakai dalam perangkat smartphone peserta. Kendala pertama adalah terkait dengan ketersediaan konektivitas jaringan data dari smartphone peserta. Kendala kedua adalah kompatibility aplikasi yang akan diinstal dengan versi sistem operasi dari smartphone peserta. Kendala ketiga adalah keterbatasan waktu pemakaian ruangan pelatihan saat memberikan pelatihan di Kecamatan Jagakarsa. Solusi bagi peserta yang mengalami masalah pertama disarankan untuk berpindah posisi tempat duduk ketempat yang dapat menangkap sinyal lebih baik dan memastikan nomor hp memiliki pulsa data. Sedangkan bagi peserta dengan kendala kedua disarankan untuk menggunakan software Canva Online sehingga tidak memerlukan penginstalan pada smartphone. Sementara untuk kendala ketiga disarankan untuk mempersingkat durasi waktu pemberian materi dan lebih focus kepada praktek.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pelatihan Instagram Marketing telah dilaksanakan selama dua hari berlokasi di Kantor Kecamatan Pasar Minggu dan RTPRA Ciganjur Berseri, Kecamatan Jagakarsa yang masing-masing diikuti oleh 20 orang peserta dari berbagai jenis UMKM binaan Sudin PPKUKM Kota Administratif Jakarta Selatan. Hasil yang dicapai menunjukkan bahwa peserta mampu membuat desain konten dengan menggunakan software Canva dengan memperhatikan faedah etika serta dapat memanfaatkan Instagram Bisnis secara maksimal termasuk mencoba memakai Instagram ads. Tingkat pengetahuan peserta juga mengalami peningkatan signifikan dimana ketika sebelum diberikan pelatihan Instagram Marketing sebagian besar peserta memiliki pengetahuan dengan kategori sedang yaitu 80% dan masih ada peserta yang memiliki pengetahuan dengan kategori rendah yaitu 8%. Setelah diberikan pelatihan, hasil pengukuran menunjukkan sebagian besar pengetahuan berada pada kategori tinggi yaitu 83% dan kategori sedang yaitu 18%. Saran yang diberikan agar pengabdian selanjutnya memberikan pelatihan mengenai Tiktok Marketing dengan harapan semakin memperluas jangkauan pasar UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Akmaludin, A., Cahyadi, C., & Suhardoyo, S. (2021). Pelatihan pembuatan design digital marketing bagi UMKM untuk meningkatkan wawasan dan pendapatan masyarakat Desa Cikarageman, Setu, Bekasi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 372-380.
- Alfin, A. (2021). Analisis strategi UMKM dalam menghadapi krisis di era pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543-1552.
- Andriana, A. N., Hijrah, L., Putri, D. A., Putri, W. U., Fauziah, S., & Darus, C. O. (2022). Pelatihan Strategi Social Media Marketing Menggunakan Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1477-1485.
- Astuti, M., Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89-98.
- Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 60-72.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77-85.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2), 120-125.
- Limandono, J. A. (2017). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.
- Muhardono, A., & Satrio, D. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm di Desa Kertoharjo Kelurahan Kuripan Kertoharjo. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 359-368.

- Nurlaela, N. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Peningkatan Pemasaran Bisnis UMKM. *Jalin-Mas: Jurnal Kolaborasi dan Pengabdian Masyarakat*, 2(01), 1-7.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., ... & Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828-839.
- Prasetya, A. Y., Sugiharti, S., & Fadhila, Z. R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Desa Boja. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 102-108.
- Saehan, A., Suryadi, S., & Pohan, T. H. (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), 44-48.
- Ulya, H.N. (2020). Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid-19 Pemerintah Daerah Jawa Timur Pada Kawasan Agropolitan. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1), 80–109. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v3i1.2018>.