

Penyuluhan Strategi Pelatihan Sumber Daya Manusia Berbasis *Web Digital Marketing* Sosial Media Terhadap Peningkatan Pelaku UMKM Pada Masyarakat Desa Meteseh, Boja, Kabupaten Kendal
Web-Based Digital Marketing Social Media Promotion through Human Resources Training Strategies for Increasing MSMEs in the Meteseh Village Community, Boja, Kendal Regency

Garbada Boris Setyawan[✉], Shintya Dewi Saraswati¹, Khairul Huda²

Program Studi Manajemen Program Sarjana & Program Studi Informatika Program Sarjana,
Fakultas Hukum, Manajemen dan Informatika, Universitas Karya Husada Semarang

Email: garbadaborissetyawan@gmail.com

Riwayat Artikel :

Diterima : 21 Januari 2026
Direvisi : 14 Februari 2026
Dipublikasikan : 25 Februari 2026

Kata Kunci :

kewirausahaan; pelatihan sumber daya manusia; *web digital marketing*, usaha mikro kecil menengah



Humanity Empowerment Journal memiliki lisensi dibawah [Creative Commons Attribution-4.0 International Public License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Hak Cipta: ©2025 oleh penulis

Article History :

Received : 21 January 2026
Revised : 14 February 2026
Published : 25 February 2026

Keywords:

Entrepreneurship; human resources training; *web digital marketing*; MSMEs



Humanity Empowerment Journal memiliki lisensi dibawah [Creative](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ABSTRAK

Ditengah kondisi perekonomian yang sedang kurang baik, dikarenakan pandemi covid dan inflasi, Maka dari itu UMKM dinilai sebagai garda terdepan dalam memperkuat pilar ekonomi guna menggapai pembangunan keberlanjutan atau yang lebih dikenal *Sustainable Development Goals (SGDs)*. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terkait peran dan pentingnya dalam menjalankan praktik UMKM & pemasaran digital. Metode yang digunakan berupa penyuluhan pendidikan, observasi, dan kolaborasi pendampingan kepada komunitas UMKM Di Desa Meteseh Kecamatan Boja, Kabupaten Kendal yang terus berupaya menggiatkan berbagai langkah bersama dalam kolaborasi mewujudkan tujuan "UMKM Kendal, UMKM Handal, UMKM Digital, UMKM Go International" Model penyampaian materi pada PkM ini adalah ceramah. Hasil dari pelaksanaan PkM ini adalah meningkatnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat Desa Meteseh, Boja pentingnya UMKM & pemasaran digital.

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises are one of the businesses that are best able to survive the economic conditions during the pandemic and inflation, therefore, it is hoped that MSMEs will be at the forefront of strengthening the economic pillars in achieving sustainable development goals. The aim of this community service was to increase community knowledge and understanding regarding the role and importance of carrying out MSME & digital marketing practices. The methods used are educational outreach, observation, and collaborative assistance to the MSME community in Meteseh Village, Boja District, Kendal Regency which continues to strive to activate various joint steps in collaboration to realize the goal of "Reliable, Digital, and International MSMEs." The model for delivering material at this PkM is a lecture. The result of implementing this PkM is increased knowledge and

Hak Cipta: ©2026 oleh penulis

I. Pendahuluan

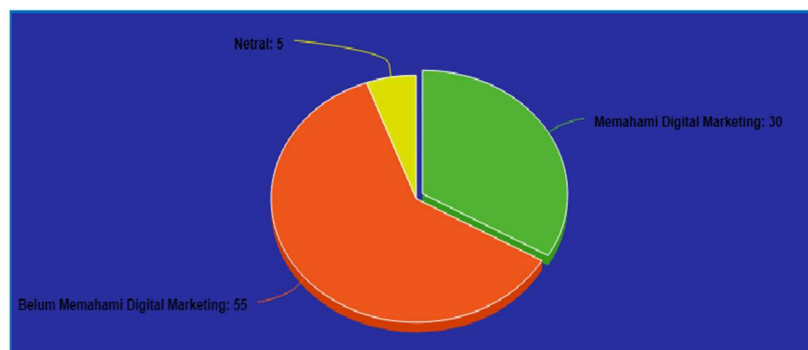
Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu mata pencaharian masyarakat dari praktek usaha perorangan ataupun badan usaha sektor kecil. Peran UMKM di Indonesia memberikan kontribusi sebagai roda penggerak pertumbuhan ekonomi negara. Kontribusi pertumbuhan ekonomi UMKM ini mendorong pemerataan perekonomian rakyat sebab berada di berbagai tempat, bahkan menjangkau daerah pelosok sehingga masyarakat tidak perlu ke kota untuk memperoleh penghidupan layak. UMKM memainkan peran penting dalam meningkatkan PDB dan menyediakan banyak peluang pekerjaan bagi masyarakat. Menghadapi situasi ini, pemerintah telah menunjukkan dukungannya untuk terus mendorong usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk bertahan dan bahkan bergerak maju untuk membantu perekonomian Indonesia (Hera Febria Mavilinda, Akhmad Nazaruddin, Nofiawaty, Lina Dameria Siregar, 2021).

Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berkontribusi sebesar 87% terhadap total badan usaha di Indonesia dan sebesar 85% terhadap penyerapan tenaga kerja. Selain menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kemungkinan keberhasilan (misalnya) suatu usaha, pemilik usaha UMKM juga harus mampu memahami strategi apa saja yang akan diterapkan dalam menjalankan usahanya. Ini karena, sejauh ini, pemilik usaha hanya terfokus pada pendapatan tanpa mempertimbangkan cara mengelola modal yang sudah digunakan, pengelolaan sumber daya manusia, keberlanjutan usaha, dan kendala yang mungkin muncul.

UMKM di Desa Meteseh Boja, Kab. Kendal memiliki potensi sumber daya alam yang besar sehingga bisa dimanfaatkan bernilai ekonomi, diantaranya potensi yang dimiliki sebagai pusat kegiatan perdagangan dan jasa (pusat oleh-oleh), sentra kerajinan pelepah pisang, rotan, lukisan, kawasan industri rumah tangga mebel, pengrajin dari bahan kedelai, pertanian, perkebunan, peternakan dan pengembangan pemukiman atau perumahan.

Gambar 1

Penggunaan Digital Marketing Desa Meteseh Kec. Boja, Kab. Kendal



Sumber: Survey Kuesioner Pelaku UMKM Desa Meteseh Kec. Boja, Kab. Kendal (2022)

Berdasarkan hasil survey kuesioner kepada pelaku UMKM Desa Meteseh Kec. Boja, Kab. Kendal, ditunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM di Desa Meteseh Kec. Boja, Kab. Kendal

belum menggunakan digital marketing sebesar 65% pemasaran tradisional. Sedangkan hanya ada 30% yang sudah menggunakan digital marketing pada pemasaran produknya sisanya 5% Netral. Dikarenakan pelaku UMKM mengalami kendala minim pengetahuan penggunaan pemasaran teknologi secara online sehingga belum bisa memahami pengelolaan usaha melalui website, media social (WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter) maupun marketplace (Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazda, Blibi, Jd.Id). Kendala lainnya kurang tersedianya fasilitas jaringan internet di tempat usaha, pemasaran produk usaha masih menggunakan cara tradisional, produk yang dijual hanya dikenal sebatas lokal setempat.

Selain itu di era modern karena teknologi semakin berkembang dengan cepat, pemilik bisnis harus mampu mengikutinya agar tidak ketinggalan dengan perusahaan besar dan bisnis lain. Agar pemilik atau pelaku usaha dapat mengelola dan mengembangkan bisnis mereka dengan lebih baik, pelatihan manajemen sumber daya manusia berbasis web digital marketing sangat penting. Digital marketing ini bisa membantu pelaku usaha mikro dalam meningkatkan pemasaran produk, memberikan wawasan akan pentingnya dunia digital di desa dalam peningkatan dalam cara berwirausaha. Kelebihan digital marketing juga mampu mendukung perluasan jangkauan pasar dan peluang besar untuk mencapai peningkatan penjualan. Meskipun kelemahan penggunaan digital marketing tanpa pengetahuan, pengalaman dan passion khusus membuat pelaku UMKM harus mempelajari butuh waktu yang cukup dan belajar dari pengalaman ataupun keilmuan seseorang berjalan secara online dalam penguasaan teknologi (Ashlihah, 2021).

Meninjau pada beberapa penelitian terdahulu lainnya, beberapa konteks juga berbicara mengenai pelatihan digital marketing yang juga dilakukan di berbagai daerah. Misalnya pelatihan digital marketing untuk peningkatan perekonomian karangtaruna di Kota Tangerang (Putri *et al.*, 2022) pelatihan digital marketing untuk ibu-ibu rumah tangga di Kota Pasuruan (Berkah *et al.*, 2020), pelatihan digital marketing dalam pemasaran produk UMKM Batik Kota Blitar (Permatasari *et al.*, 2022); pelatihan digital marketing berbasis teknologi pada UMKM Kecamatan Jatiningor (El Susanti, 2020) serta pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Maros (Thaha, Hatidja and Hasniati, 2021).

II. Metode

Pelatihan digital marketing dilakukan melalui kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) bagi pelaku UMKM pada tanggal 28-29 Juli 2023 di Balai Desa Meteseh. Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan Pendekatan metode *PAR (Participatory Action Research)*. Pesertanya yaitu perwakilan masyarakat dan pengelola UMKM di Desa Meteseh hadir berjumlah 26 orang. Langkah-langkah kegiatan PkM meliputi:

A. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi observasi dan koordinasi. Tahap observasi dilakukan dengan berkoordinasi dengan Ketua UMKM dan Kepala Kelurahan Desa Meteseh, Boja, Kab. Kendal tentang informasi atau pengetahuan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat Desa Meteseh, Boja, Kab. Kendal dalam menunjang penyelenggaraan Sosialisasi UMKM. Hasil observasi ditemukan bahwa UMKM di Desa Meteseh, Boja, Kab. Kendal saat ini membutuhkan informasi atau pengetahuan yang lebih banyak tentang peran dan kewenangannya dalam penyelenggaraan dan

pentingnya dalam menjalankan praktik UMKM & pemasaran digital potensi yang dimiliki oleh UMKM sebagai pusat kegiatan perdagangan dan jasa (pusat oleh-oleh), sentra kerajinan pelepah pisang, rotan, lukisan, kawasan industri rumah tangga mebel, pengrajin dari bahan kedelai, pertanian, perkebunan, peternakan dan pengembangan pemukiman atau perumahan.

B. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dimulai dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai dan pentingnya dalam menjalankan praktik UMKM & pemasaran digital menggunakan *power point presentation*, selanjutnya dilakukan diskusi dan tanya jawab tentang materi terkait dan berbagi pengalaman oleh peserta selama pelaksanaan penyelenggaraan praktik dan pentingnya dalam menjalankan praktik UMKM & pemasaran digital masing-masing. Materi pertama yang diberikan oleh Tim PkM adalah Digital Marketing untuk UMKM.

- a) Sesi pelatihan pertama disampaikan pemateri oleh Bapak Garbada Boris Setyawan.S.E,M.Si mengenai UMKM Go Digital dan penyuluhan edukasi produk dan jasa laporan keuangan sehingga dapat membantu para pelaku UMKM untuk mendapatkan solusi terkait permasalahan kesulitan pengelolaan dana baik untuk pelaku UMKM yang ingin memulai usaha ataupun yang sedang mengembangkan usahanya.



Gambar 1: Tim PkM (Narasumber 1) sedang memberikan materi kepada Masyarakat dan UMKM Desa Meteseh, Boja, Kab. Kendal (Sumber : Foto Pribadi, 2023)

- b) Sesi pelatihan kedua yang disampaikan pemateri oleh ibu Shintiya Dewi Saraswati. S.M, M.M membahas mengenai pemasaran produk UMKM melalui Digital Marketing. Pada sesi tanya jawab permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah kurangnya pengetahuan mengenai digital marketing dan masih menggunakan pemasaran tradisional.



Gambar 2: Tim PkM (Narasumber 2) sedang memberikan materi kepada Masyarakat Desa dan UMKM Meteseh, Boja, Kab. Kendal (Sumber : Foto Pribadi, 2023)

Setelah diberikan materi oleh tim PkM maka sesi selanjutnya adalah diskusi, tanya jawab dan berbagi pengalaman dalam penyelenggaraan UMKM. mengenai UMKM dan diberikan pengenalan platform digital marketing sehingga dapat mengetahui aplikasi media sosial (Twitter, Instagram, Facebook, Whatsapp) maupun marketplace (Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia) sebagai solusi upaya pengembangan pemasaran online



Gambar 3: Sesi diskusi, tanya jawab dan berbagai pengalaman oleh Masyarakat dan UMKM Desa Meteseh, Boja, Kab. Kendal (Sumber : Foto Pribadi, 2023)

c. Tahap Evaluasi

Tim PkM melakukan tahap evaluasi sebanyak dua kali, Tahap awal sebelum dan satu kali setelah materi diberikan. Hasil evaluasi pertama sebagai dasar penekanan materi yang memang belum dikuasai dan dipahami oleh peserta Pelaku UMKM Desa Meteseh, Boja, Kab. Kendal. Tahap akhir evaluasi ini dilakukan penyebaran kuisisioner mengenai tingkat kepehaman mengenai pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM di Desa Meteseh, Boja, Kab. Kendal. Pengisian kuisisioner bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana kepehaman dan penggunaan digital marketing selama pelaku UMKM menjalankan usahanya.

III. Hasil dan Pembahasan

PkM ini bertujuan untuk mengetahui pertumbuhan kewirausahaan di Kabupaten Kendal dan Efektifitas kelembagaan di Kabupaten Kendal dalam membantu menciptakan pertumbuhan sektor kewirausahaan di Kabupaten Kendal saat terjadinya ancaman resesi. Hal ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya (Afriany *et al.*, 2019) Kewirausahaan adalah bagian penting dari ekonomi karena dapat meningkatkan output produksi, yang dapat memberikan kontribusi pada perekonomian. Dengan peningkatan output perekonomian, akan ada peningkatan pendapatan, yang akan mendorong pembentukan investasi baru, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut. Pertumbuhan kewirausahaan sosial juga akan berdampak pada peningkatan ekonomi secara keseluruhan

Pelaksanaan kegiatan dan hasil yang didapatkan dalam kegiatan PkM ini yaitu:

A. Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program diawali dengan dilakukannya survey pendahuluan oleh mahasiswa dan Dosen guna melihat kondisi UMKM di Desa Meteseh, pemberian materi dan Pelatihan. Materi diberikan oleh tim PkM sebagai narasumber yaitu dosen Program Studi Manajemen dan Informatika Program Sarjana sesuai materi yang disepakati dengan Ketua UMKM Desa Meteseh, Boja, Kab. Kendal. UMKM Go Digital dan Edukasi Keuangan. Sesi pelatihan pertama dari Bapak Garbada Boris Setyawan. S.E, M.Si, membahas UMKM harus mampu beradaptasi penggunaan digital dan meningkatkan pemasaran melalui digitalisasi. Materi selanjutnya penjelasan produk dan jasa pelaporan keuangan. Ada tiga hal konsep pelaporan keuangan yaitu Neraca saldo, Jurnal penyesuaian, Neraca lajur & Laporan keuangan Rugi/Laba. Pemateri juga memberikan penjelasan tentang prosedur pengajuan permodalan keuangan, harus bisa memenuhi analisis 5C terdiri dari Character, Capacity, Capital, Collateral, dan Condition of Economy

Pengenalan inovasi produk dan digital marketing, paparan pemateri kedua disampaikan oleh Ibu Shintiya Dewi Saraswati. S.M, M.M dengan memberikan sampel produk dari pemateri yang dipromosikan melalui media sosial dan marketplace. Sampel produk tersebut sebagai salah satu contoh pembuatan inovasi produk kemasan Selanjutnya strategi pemasaran online. Pemateri memberikan tips digital marketing ala mak kitty, mengenalkan postingan produk dengan membuat konten menarik ketika memasarkan berjualan sambil bercerita baik melalui foto maupun video.

B. Evaluasi Program

Penilaian dilakukan sebelum dan sesudah presentasi materi. Penilaian diberikan secara langsung kepada masyarakat. Kegiatan PkM ini dilaksanakan sesuai dengan rencana kegiatan. Pelatihan dilaksanakan pada bulan juli Permasalahan utama yang dihadapi para UMKM adalah:

Tabel 1. Hasil Identifikasi Kepahaman dan Penggunaan Digital Marketing UMKM Desa Meteseh

No	Kepemilikan komputer	Kepemilikan wifi	Media sosial	Market place	Website	Cara Pemasaran	Kendala
1	Ya	tidak	Fb, WA	Tidak	Tidak	Online media sosial	Belum memahami penggunaan marketplace
2	Tidak	Tidak	Fb, WA, IG	Ada	Tidak	Online media social dan marketplace	Pemasaran hanya menggunakan HP
3	Ada	Tidak	FB, WA, IG	Tidak	Tidak	Online media sosial	Belum memahami penggunaan marketplace
4	Ada	Ada	FB	Ada	Ada	Online	-
5	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Berkeliling dan mulut ke mulut	Kesulitan penggunaan digital marketing
6	Tidak	Tidak	FB	Tidak	Tidak	Keliling	Kesulitan penggunaan marketplace
7	Ada	Ada	FB	Ada	Ada	Online	-
8	Ada	Tidak	FB, WA	Tidak	Tidak	Online media sosial	Tidak seimbang harga bahan baku dengan penjualan produk
9	Tidak	Ada	WA	Tidak	Tidak	Langsung ke konsumen melalui WA	Belum maksimal penggunaan digital marketing
10	Tidak	Tidak	WA	Tidak	Tidak	Offline	Belum maksimal penggunaan digital marketing
11	Tidak	Tidak	WA	Tidak	Tidak	Offline	Belum maksimal penggunaan digital marketing

12	Ada	Ada	FB, WA	Tidak	Tidak	Mulut ke mulut dan online media sosial	Aplikasi digital marketing sering eror
13	Tidak	Tidak	WA	Tidak	Tidak	Offline	Belum maksimal penggunaan digital marketing
14	Ada	Ada	FB, WA, IG	Tidak	Tidak	Online media sosial	Belum maksimal penggunaan digital marketing
15	Tidak	Tidak	WA	Tidak	Tidak	Offline Mulut ke mulut	Kesulitan penggunaan digital marketing
16	Ada	Ada	FB, WA	Tidak	Tidak	Online media sosial	Belum maksimal penggunaan digital marketing
17	Tidak	Tidak	WA	Tidak	Tidak	Offline Mulut ke mulut	Kesulitan penggunaan digital marketing
18	Tidak	Tidak	WA	Tidak	Tidak	Offline Mulut ke mulut	Kesulitan penggunaan digital marketing
19	Ada	Ada	FB, WA, IG	Tidak	Tidak	Online media sosial	Belum maksimal penggunaan digital marketing
20	Tidak	Tidak	WA, IG	tidak	Tidak	Mulut ke mulut	Pemasaran hanya menggunakan HP
21	Ada	Ada	FB, WA, IG	Ada	Ada	Online media sosial	Belum tersedia layanan admin penjualan
22	Tidak	Tidak	WA	Tidak	Tidak	Offline Mulut ke mulut	Kesulitan penggunaan digital marketing

23	Ada	Ada	FB, WA, IG	Tidak	Tidak	Online media social	Belum maksimal penggunaan digital marketing
24	Tidak	Tidak	WA	Tidak	Tidak	Offline Mulut ke mulut	Kesulitan penggunaan digital marketing
25	Ada	Ada	FB, WA, IG	Tidak	Tidak	Online media social	Belum maksimal penggunaan digital marketing
26	Tidak	Tidak	WA	Tidak	Tidak	Offline Mulut ke mulut	Kesulitan penggunaan digital marketing

- a) Belum semua UMKM menerapkan pembagian antara finansial untuk usaha dan rumah tangga. Mayoritas UMKM sejauh ini hanya melakukan pencatatan pada transaksi penjualan saja. Sedangkan alokasi biaya bisnis masih bercampur dengan perhitungan biaya rumah tangga. Sama halnya dengan penerimaan, transaksi kas masuk atas output bisnis dapat menambah pemasukan rumah tangga. Pelaku usaha memakai ingatan sebagai dasar untuk pencatatan, transaksi yg dicatat menggunakan dokumen pendukung tertulis yang lengkap akan tetapi dinilai kurang. Mayoritas pelaku usaha mempunyai nota penjualan ganda yang merupakan salah satu bentuk dari dokumen pendukung yang berkaitan dengan transaksi penjualan, walaupun transaksi yang digunakan lebih banyak tanpa dokumen pendukung. UKM juga belum menerapkan kebijakan akuntansi, seperti pembebanan biaya ke produk, saldo piutang yang menggantung, dan metode persediaan guna perhitungan. Pada dasarnya permasalahan yang dihadapi UMKM di Desa Meteseh, Boja, Kab Kendal dikarenakan minimnya pengetahuan tentang kebijakan akuntansi guna melakukan pembukuan secara sederhana serta metode penentuan harga. Dalam penentuan harga mayoritas pelaku usaha berasaskan pada harga pasar dan kebiasaan. Penentuan biaya pada produk dapat menentukan harga jual akan tetapi ada kemungkinan diabaikan dan hanya beralaskan intuisi saja. Kondisi ini juga membuat para pelaku usaha tidak memiliki waktu yang cukup guna menyelesaikan tugas tugas administratif.
- b) Sebagian besar pengelola UMKM berlatar belakang pendidikan relatif rendah, serta banyaknya yang memiliki fungsi ganda yaitu sebagai pemilik UMKM sekaligus ibu rumah tangga. Hal ini menyebabkan terbatasnya waktu untuk mempelajari pemasaran digital sekaligus berpotensi menyebabkan produk kurang laku dikalangan Konsumen.

C. Rencana Tindak Lanjut PkM

Berdasarkan hasil presentasi dan pendampingan pelatihan, UMKM dapat menyusun laporan keuangan sederhana dan membuat situs web untuk *digital marketing*, serta mereka juga sudah memahami bagaimana alur dalam menentukan saldo awal pada laporan keuangan, identifikasi transaksi sampai perekaman buku kas dan neraca lajur.

IV. Kesimpulan

Kegiatan PkM ini meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku UMKM Desa Meteseh, Boja, Kab.Kendal. Maka dari itu perlunya perencanaan aktivitas yang jelas, sasaran yang didapat, diukur, dan diwujudkan berdasarkan kekayaan yang dimiliki serta diadakannya evaluasi dari aktivitas tersebut. Pengelompokan pada kelompok UMKM bisa dilaksanakan apabila pimpinan kelompok sebagai pemimpin dapat menjalankan posisi dan kedudukannya dengan baik. Kegiatan yang telah dilakukan ini seharusnya bisa berjalan dengan baik, karena diharapkan ada pertukaran interaksi dari tiap anggota kelompok, interaksi yang terjalin dapat berjalan efektif, serta dapat mempererat rasa kebersamaan dalam kelompok. Selanjutnya terdapat saran dan masukan agar kegiatan selanjutnya dapat memberikan materi tambahan yang berkaitan dengan penyelenggaraan praktik UMKM dan penggunaan *digital marketing* sesuai kebutuhan masyarakat di wilayah binaan tiap wilayah, yang nantinya akan berdampak pada peningkatan pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh para pelaku UMKM.

V. Daftar Pustaka

- Afriany, A. N. *et al.* (2019) 'Pelatihan dan Pembinaan Penerapan Ilmu Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Pemasaran dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Klaten Selatan', *Abdimas Nusantara*, 1(1), pp. 1–8. Available at: <http://ejournal.unim.ac.id/index.php/abdimasnusantara/article/view/415>.
- Ashlihah, Ashlihah, and M. S. D. R. (2021) 'Pelatihan E-Commerce Anak Muda Melek Digital Marketing Di Desa Tinggar, Kabupaten Jombang', *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), pp. 39–43.
- Hera Febria Mavilinda, Akhmad Nazaruddin, Nofiawaty, Lina Dameria Siregar, I. A. dan K. M. H. T. (2021) 'Menjadi "UMKM Unggul" Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal', *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), pp. 17–28. doi: 10.29259/jsocs.v2i1.29.
- Permatasari, D. *et al.* (2022) 'Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar', *Journal Pengabdian Masyarakat*, 2, pp. 60–72.
- Putri, A. *et al.* (2022) 'Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM', *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), pp. 828–839.

El Susanti (2020) 'Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor', *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat*.

Thaha, S., Hatidja, S. and Hasniati, H. (2021) 'Pelatihan Digital Marketing untuk meningkatkan Penjualan UMKM di MasaPandemiCovid-19Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros', *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), pp. 133–139. doi: 10.52072/abdine.v1i2.208.

et al. (2020) 'Pelatihan Digital Marketing untuk Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur', *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 2(2), pp. 35–42. doi: 10.36782/ijsr.v2i2.24.