


## PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM YANG ADA DI DESA BULANGAN KECAMATAN GRESIK

**Eny Latifah<sup>\*1</sup>, Rudi Abdullah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah Lamongan, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Kendari, Indonesia

Corresponding Author: [enilathifah@iai-tabah.ac.id](mailto:enilathifah@iai-tabah.ac.id)

<p><b>Info Article</b></p> <p>Received : 07 Oktober 2023</p> <p>Revised : 03 November 2023</p> <p>Accepted : 01 Desember 2023</p> <p>Publication : 30 Desember 2023</p> <p><b>Keywords:</b> <i>Training, Digital. Marketing, MSMEs</i></p> <p><b>Kata Kunci:</b> Pelatihan, Digital. Marketing, UMKM</p> <p><i>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</i></p> 	<p><b>Abstract:</b> <i>Post-pandemic is a period of reform and improvement in various economic sectors in order to create a stable and strategic economy. The significant impact is felt by MSME players in terms of sales. The purpose of this community service is to provide training to MSME players (the main target of PKK) in Bulangan Village, Gresik Regency. The service method used is Participatory Action Research (PAR) which is to provide learning in overcoming a problem. The results of the service are the socialization of digital marketing by introducing e-commerce and how to create it. Providing training on the CANVA application platform in designing MSME product logos. The achievement obtained by MSMEs or PKK is that they already have an e-commerce account and are ready to buy and sell digitally.</i></p> <p><b>Abstrak:</b> Pasca pandemi merupakan masa pembenahan dan peningkatan kembali dalam berbagai sektor perekonomian dalam rangka menciptakan ekonomi yang stabil dan strategis. Dampak signifikan sangat dirasa para pelaku UMKM dalam segi penjualan. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM (sasaran utama PKK) Desa Bulangan Kabupaten Gresik. Metode pengabdian yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) dimana untuk memberikan pembelajaran dalam mengatasi suatu permasalahan. Hasil pengabdian adalah sosialisasi digital marketing dengan memperkenalkan e-commerce dan cara membuatnya. Memberikan pelatihan platform aplikasi CANVA dalam mendesain logo produk UMKM. Pencapaian yang didapatkan UMKM atau PKK sudah memiliki akun e-commerce dan siap untuk jual beli secara digital.</p>
--	---

## INTRODUCTION

Pemberdayaan adalah upaya membuat seseorang, kelompok atau komunitas agar berdaya baik dengan cara pemberian kemampuan dan peningkatan kemampuan terhadap masalah yang dihadapi (Petter, 1991). Menurut Ginanjar Kartasasmita, pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya (masyarakat) dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya (Ginanjar, 1996).

Pasca pandemi merupakan masa pembenahan dan peningkatan kembali dalam berbagai sektor perekonomian dalam rangka menciptakan ekonomi yang stabil dan strategis. Dampak signifikan sangat dirasa para pelaku UMKM dalam segi penjualan. Dalam bisnis perlu adanya strategi yang tepat dalam penyesuaian era revolusi 5.0 yang serba digitalisasi. Perlu kecepatan dan ketrampilan dalam segi penguasaan teknologi dalam proses pemasaran suatu produk dalam kemasan digital marketing (Latifah et al., 2020).

Digital marketing adalah media pemasaran yang sering menggunakan akses internet untuk pemanfaatan social media atau perangkat digital lainnya. Kegiatan yang sering dilakukan dalam digital marketing adalah promosi atau pemasaran yang dilakukan secara daring (Latifah, 2021).

Secara administratif, Desa Bulangan terletak di wilayah Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik dengan posisi dibatasi oleh wilayah desa-desa tetangga. Di sebelah Utara berbatasan dengan Desa Wonokerto Kecamatan Dukun, Di sebelah Barat berbatasan dengan Desa Sawo Kecamatan Dukun Di Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Gedongkedoan Kecamatan Dukun, sedangkan di Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Bangeran Kecamatan Dukun.

Mayoritas mata pencarian penduduk Desa Bulangan bergerak dibidang pertanian. Permasalahan yang sering muncul berkaitan dengan mata pencaharian penduduk adalah terbatasnya lapangan pekerjaan yang sesuai dengan tingkat perkembangan penduduk sebagaimana tertuang dalam perencanaan pembangunan daerah Kabupaten Gresik. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam pembangunan desa adalah melakukan usaha perluasan kesempatan kerja dengan melakukan penguatan modal dan fasilitasi sebagai modal untuk pengembangan usaha khususnya di ekonomi produktif.

Desa Bulangan Gresik merupakan Desa yang memiliki permasalahan atas pengelolaan dan pemasaran untuk produk UMKM yang ada. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Ketua PKK Bulangan bahwa unit perekonomian Desa sudah diupayakan untuk

dibangun, namun terdapat keterbatasan Sumber Daya Manusia khusus dalam skill pengelolaan dan pemasaran dari produk UMKM yang ada. Apalagi pasca pandemi masyarakat sudah terbiasa melakukan transaksi lewat marketplace digital dan hal ini merupakan kesulitan bagi pelaku UMKM Bulangan untuk melakukan percepatan pemasaran agar produk yang tercipta dapat terjual dengan cepat.

Peningkatan penjualan bagi masyarakat Desa tidak bisa dilakukan secara mandiri, tetapi perlu adanya pendampingan dari berbagai pihak yaitu pemerintah Desa, Akademisi, Influencer (Latifah et al., 2023). Beberapa pendampingan dalam rangka menciptakan strategi marketing yang ada menunjukkan hasil diantaranya penciptaan brand, tautan Google My Business, (Bobsaid & Saputro, 2022) pembukaan platform sosial media (Novianti et al., 2021), membuat media pemasaran secara online melalui aplikasi Marketplace di Facebook, Shopee, Bukalapak, dan WhatsApp (Maydiantoro et al., 2021), memberikan edukasi tentang teknologi digital marketing untuk bisa bersaing dengan pasar dan bersaing dengan produk (Mahesti & Faristiana, 2021).

Berangkat dari keresahan masyarakat yang ada serta analisis yang kami temukan dari penelitian terdahulu. Kami sebagai akademisi mencoba memberikan sebuah edukasi bagi masyarakat pentingnya branding, pengemasan yang menarik, memaksimalkan media sosial, memiliki akun marketplace digital serta memiliki patner bisnis di era digital ini. Dari sekian solusi yang ada perlu adanya pendampingan khusus bagi pelaku UMKM Bulangan guna meningkatkan penjualan dan memaksimalkan pemasaran produk UMKM yang ada.

Tujuan pendampingan masyarakat yang ada adalah (1) untuk memberikan Edukasi melalui seminar atas pengenalan packaging dan branding; (2) Untuk memberikan pelatihan untuk pembuatan merk produk dan pengemasan produk; (3) Untuk memberikan Pelatihan membuat akun market place seperti shoppe, lazada, bukalapak; (4) Untuk mendampingi msayarakat dalam memaksimalkan media sosial seperti whatshapp, Instragram, Telegram, Tiktok untuk promosi marketing digital , (5) Untuk menemukan Patner Bisnis dengan Menjalin Kerjasama dengan Industri dan Lapak Tradisional dan Modern.

Penelusuran yang telah kami lakukan di desa Bulangan ada beberapa hal menarik terkait dengan dunia enterpreneur yang ada, dimana masyarakat memiliki ketrampilan untuk mengelola beberapa bahan untuk diolah menjadi sumber daya makanan atau daya pakai. Namun permasalahan yang mendasar adalah pangsa pasar yang kurang memadai

serta pemahaman dan edukasi digital. Sedangkan era digital harus ada tuntutan dalam penggunaan aplikasi komersil untuk fasilitas penjualan dan pemasaran produk.

Dari sanalah motivasi kami melakukan pendampingan dengan memberikan pelatihan digital marketing untuk UMKM yang ada di Desa Bulangan Kecamatan Gresik.

## **METHOD**

Metode pengabdian masyarakat yang dipergunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR) adalah metode pengabdian masyarakat yang sering digunakan untuk memberikan pembelajaran dalam mengatasi suatu permasalahan serta adanya praktik kepada masyarakat agar mampu memproduksi ilmu pengetahuan (Amalia & Ratnawati, 2017).

Dalam penelitian menggunakan metode PAR bertujuan (1) untuk membangun kesadaran masyarakat atau memberdayakan masyarakat melalui pendidikan kritis dengan berdialog, diskusi publik, dan mengarah pada pembelajaran orang dewasa; (2) untuk mengubah cara pandang penelitian menjadi sebuah proses partisipasi aktif; dan (3) membawa pada perubahan nilai sosial (Ridho, 2020).

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) memiliki prinsip kerja yang berorientasi pemberdayaan. Dalam pemberdayaan paling tidak harus mengupayakan tiga dimensi, yaitu: (1) pemenuhan kebutuhan dan penyelesaian masalah praktis, (2) pengembangan ilmu pengetahuan dan keberagaman masyarakat, dan (3) proses perubahan sosial keberagaman. Dengan demikian maka masyarakat adalah agen utama perubahan sosial keagamaan, sehingga dosen/mahasiswa pelaksana PKM merupakan pihak lain yang melakukan fasilitasi dari proses perubahan tersebut. Oleh sebab itu, dosen/mahasiswa harus menghormati peran utama masyarakat. Dosen/mahasiswa dan masyarakat harus saling bahu membahu secara partisipatif untuk melakukan perubahan sosial (Putri & Sembiring, 2021).

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Bulangan dalam rangka memberikan dampingan langsung para pelaku UMKM lebih tepat menggunakan *Participatory Action Research* (PAR) karena membutuhkan fokus pembenahan, pergerakan dan evaluasi dalam pelaksanaannya. Sebelum melakukan aksi harus terlebih dahulu mengetahui tahapan-tahapan yang akan dilakui. Tahapan dalam pengabdian masyarakat dengan metode PAR di dalam pendampingan Digital marketing UMKM di Desa Bulangan Gresik yaitu: (1) Riset pendahuluan, (2) Inkulturasi, (3) Pengorganisasian

masyarakat untuk agenda riset, (4) Perencanaan Tindakan Aksi untuk Perubahan Sosial, (5) Aksi dan (6) Evaluasi. (Latifah, 2023).

## **RESULTS AND DISCUSSION**

### **Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Di Desa Bulangan Kecamatan Gresik**

Tahapan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Bulangan dalam rangka meningkatkan penjualan produk UMKM dengan memberikan solusi dengan menemukan strategi yang tepat ini menggunakan pendekatan metode PAR (Participatory Action Research). Berikut adalah Tahapan dalam pendampingan masyarakat”

#### **1. Riset pendahuluan**

Tahapan ini kami melakukan pengumpulan riset terdahulu khususnya yang berkaitan dengan tema pengabdian yang akan kami lakukan. Hal ini sebagai pertimbangan serta evaluasi dalam kegiatan yang akan kami lakukan. Dan Tahapan ini juga tim melakukan pendataan atas permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM Desa Bulangan.

Dan ada beberapa kekuarangan dalam pengoptimalan pemasaran di era digital ini yaitu: sepi nya pasar, turunya omzet, pesaing digital yang tidak terhitung jumlahnya dan lain-lain. Hal ini sesuai yang di sampaikan ketua PKK Desa Bulangan yang sekaligus pengerak UMKM disana yaitu Ibu Nur Aisyah.

#### **2. Inkulturasi**

Pendampingan masyarakat yang kami lakukan bertempat di Desa Bulangan Kecamatan Gresik dengan sasaran pelaku UMKM. Pelaksanaan pengabdian dilakukan 1 bulan sesuai dengan jadwal kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan. Pelaksanaan pengabdian dimulai 3 Agustus 2023 – 3 September 2023. Adapun Kegiatan Pengabdian ini dilakukan oleh Tim dari IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan yang terdiri Dosen 2 dan Mahasiswa.

Dosen yaitu Ibu Eny Latifah dan Bapak Suroso, Sedangkan dari Mahasiswa terdiri dari Wanala Abdillaika Martiwi, Rina ummatul Mu'minah, Samsul Arifin, Eva Shofiyatul Fadilaah, Dewi Ayu Lestari, Wilda Salam Salsabila, Muhammad Hishin Al Hashin, Lailatul Fauziyah.

#### **3. Pengorganisasian masyarakat untuk agenda riset**

Tahap ini dilakukan guna mengidentifikasi kelompok-kelompok sosial seperti karang taruna desa, IPNU-IPPNU, anggota RT dan RW, Ibu-Ibu Muslimat NU, petugas balaidesa seperti ibu PKK dan termasuk kepala desa beserta staff, dan siswa-

siswi yang nantinya saling berkomunikasi dan saling berinteraksi satu dengan kelompok yang lain, guna untuk memunculkan kesadaran kritis tentang lingkungannya, setelah itu peneliti menetapkan beberapa informan untuk membantu melengkapi data-data awal hingga terbentuk kelompok.

Dari pengorganisasian yang ada pelatihan lebih diutamakan untuk ibu PKK Desa Bulangan Gresik karena penggerak unit perekonomian dari sektor UMKM adalah para ibu-ibu rumah tangga dan ada beberapa dari kalangan remaja.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini sangat mendapat dukungan dari pihak Kepala Desa dan Ketua PKK Desa Bulangan. Hal itu bisa dilihat keterlibatan langsung pimpinan Desa dalam kegiatan dampingan yang kami lakukan dibawah ini:

Gambar 3.1. Dukungan Kepala Desa dan Ketua PKK serta Seluruh Masyarakat atas Kegiatan Pendampingan Masyarakat di Desa Bulangan Gresik



Sumber Gambar: Dokumentasi KKN PAR IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan

#### 4. Perencanaan Tindakan Aksi untuk Perubahan Sosial

Dari catatan yang ada memberikan peluang bagi tim untuk melakukan dampingan dengan memberikan literasi dalam bentuk seminar, pelatihan pembuatan logo dan merk dengan mengandalkan aplikasi canva, serta membuka akun e-commerce digital seperti shopee dan lainnya, dan tidak lupa juga menganjurkan menjalin kerjasama dengan partner bisnis lainnya.

## 5. Aksi

Dalam tahap refleksi ini kami melakukan aksi. Adapaun beberapa aksi yang kami lakukan adalah:

a. Edukasi melalui seminar atas pengenalan packaging dan branding;

Kegiatan seminar dilakukan dalam rangka memberikan edukasi atas pentingnya strategi marketing di era digitalisasi. Penyampaian Materi diberikan oleh Eny Latifah,SE.Sy.,M.AK. Dimana ada beberapa pengetahuan yang diberikan kepada peserta seperti: Macam-macet parketplace digital seperti apa yang mampu memberikan keuntungan dan melancarkan pemasaran, Macam-macam marketplace apa saja yang bisa dipergunakan. Bagaimana mengatur dana dengan optimal untuk menghasilkan lama yang diinginkan.

Gambar 3.2. Seminar Enterpreneur: Digital Marketing UMKM Desa Bulangan



Sumber Gambar: Dokumentasi KKN PAR IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan

b. Pemberian pelatihan untuk pembuatan merk produk dan pengemasan produk;

Jumlah peserta pelatihan semuanya adalah perempuan dari usia 17-45 Tahun dengan fokus pembuatan logo dengan memaksimalkan aplikasi canva yang ada. Penyampaian pelatihan diberikan Bapak Suroso dan dibantu mahasiswa dalam pembuatan merk produk yang ada.

Adapun hasil dari pelatihan dapat dilihat dari kemasan produk sebelum dan setelah pelatihan bagi pelaku UMKM Desa Bulangan dibawah ini:

Gambar 3.3. Hasil Sebelum dan Setelah Pelatihan Logo dan Kemasan Produk

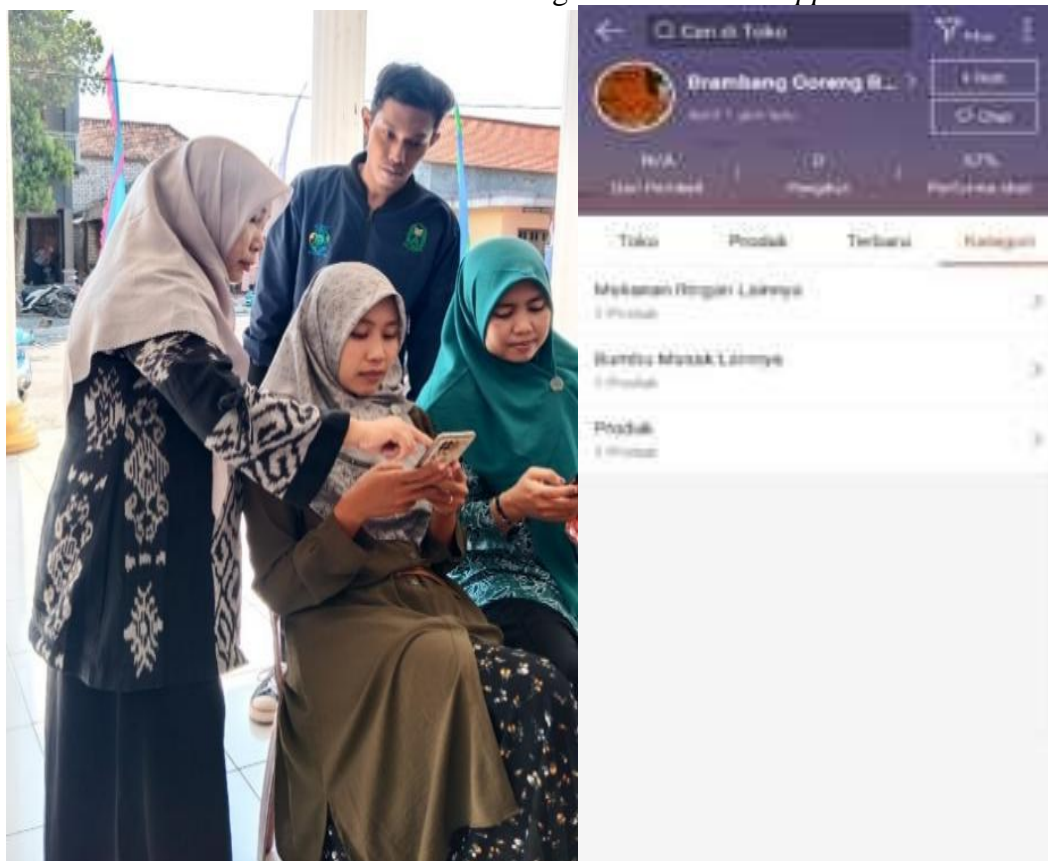


Sumber Gambar: Dokumentasi KKN PAR IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan

- c. Pelatihan membuat akun market place seperti shoppe, lazada, bukalapak;  
 Selain memberikan pelatihan pembuatan brand dan logi untuk produk serta pentingnya kemasan yang menarik untuk meningkatkan harga jual dari produk. Perlu sekiranya pembukaan akun yang ada pada marketplace digital dari shoppe, lazada dan lainya untuk menampilkan produk-produk yang telah diproduksi serta memaksimalkan media sosial seperti facebook, instagram, tiktok dan lainya.

Pelatihan dimulai dengan membuka akun di masing-masing marketplace seperti contoh ketika pelatihan adalah pembuatan akun shopee. Dampingan ini dilakukan oleh Mahasiswa dan Dosen yang secara visual dapat dilihat dari gambaran dibawah ini:

Gambar 3.4. Pelatihan Pembuatan dan Pengelolaan Akun *Shopee*



Sumber Gambar: Dokumentasi KKN PAR IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan

- d. Memaksimalkan media sosial seperti whatsapp, Instragram, Telegram, Tiktok untuk promosi marketing digital

Strategi marketing yang bisa dilakukan pelaku UMKM Desa Bulangan yaitu dengan lebih memanfaatkan media sosial yang ada. Dimana media sosial bermanfaat untuk menampilkan produk-produk yang telah diproduksi serta memaksimalkan media sosial seperti facebook, instagram, tiktok dan lainnya untuk promosi produk kita agar masyarakat tahu dan berminat membeli produk yang tentunya dengan teknik pemasaran yang tepat dengan sering-sering melakukan siaran langsung ketika memasarkan produk yang ada.

- e. Menjalin Kerjasama dengan Industri dan Lapak Tradisional dan Modern.

Jumlah peserta pelatihan semuanya adalah perempuan dari usia 17-45 Tahun dengan fokus pembuatan logo dengan memaksimalkan aplikasi canva yang ada.

Adapun peserta yang mengikuti pelatihan adalah 35 orang. Dalam pengembangan produk yang dihasilkan UMKM Desa Bulangan Gresik pihak Pemerintah Desa menjalin kerjasama dengan beberapa pihak seperti Kerjasama dengan Para Pedagang Desa Bulangan, Meski Kerjasama tidak dibuat secara tertulis namun kesempatan dalam mendukung pemasaran secara langsung sangatlah penting. Kerjasama lain yang dilakukan dengan pihak Industri yaitu dengan melakukan kerjasama dengan beberapa Instansi seperti Koperasi yang Bergerak di bidang Konsumtif seperti Koperasi Tabah, KUD yang ada disekitas Desa Bulangan. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan kepala Desa Bapak Masbuhin.

f. Evaluasi

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini memiliki kelebihan dan kelemahan dalam pelaksanaannya. Sehingga ada beberapa evaluasi yang kami lakukan:

a) Waktu yang Terbatas

Pelaksanaan dampingan masih sebatas mengisi kegiatan KKN PAR Institusi dengan kurun waktu yang diberikan hanya 1 bulan. Hal ini membuat tim mengalami keterbatasan dalam memberikan pendampingan.

Harapannya akan tetap berlangsung secara kontinu meski waktu KKN telah usai agar lebih memberikan pengembangan dan pengoptimalan dalam mewujudkan strategi yang diberikan untuk keluar dari pemasaran yang penuh dengan hambatan dan tantangan.

b) Media Elektronik dan Internat yang Terbatas

Kegiatan Pelatihan Pembuatan Merk dan Kemasan terkendala dengan Pemahaman Penggunaan Aplikasi CANVA dan Design Logo yang hanya bisa dibuat beberapa saja untuk produk-produk tertentu. Hal ini karena HP yang dimiliki pelaku UMKM tidak semua mendukung bisa mendownload aplikasi tersebut karena terbatasnya Muatan RAM HP. Minimnya pelaku UMKM yang memiliki Komputer atau Laptop sehingga kurang maksimal dalam mengupload produk-produk UMKM di marketpalce digital.

Harapannya adalah tersedianya media elektronik yang memadai sehingga lebih optimal dalam memanfaatkan media sosial dan market place yang tersedia di era digital ini.

c) Pelaku UMKM Yang Terlibat Pendampingan dan Pelatihan

Keterlibatan dampingan dan pelatihan tidak dihadiri seluruh pelaku UMKM Desa Bulangan sehingga hanya beberapa saja yang bisa menerapkan.

Harapannya kedepannya akan dihadiri seluruh pelaku UMKM Desa Bulangan agar lebih cepat mengoptimalkan marketing digital demi peningkatan pendapatan serta perluasan pangsa pasar untuk produk UMKM yang ada.

## CONCLUSION

Kesimpulan kegiatan pengabdian adalah sosialisasi digital marketing dengan memperkenalkan e-commerce dan cara membuatnya. Memberikan pelatihan platform aplikasi CANVA dalam mendesain logo produk UMKM. Pencapaian yang didapatkan UMKM atau PKK sudah memiliki akun e-commerce dan siap untuk jual beli secara digital.

## REFERENCES

- Abdullah, R., Tamsir, I., Yusril, Y., Herlian, H., Zulfiyani, W. D., Hasliani, H., ... & Mayang, M. (2021). KEWAJIBAN DAN PELATIHAN PERPAJAKAN DALAM RANGKA MENUMBUHKAN KETATAATAN WAJIB PAJAK TERHADAP UMKM KOTAMARA KECAMATAN BUTUPOARO KOTA BAUBAU DI TENGAH PANDEMIK COVID-19. *Pelita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 38-40.
- Abdullah, R. (2022). SOSIALISASI PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN SESUAI DENGAN PENYATAAN STANDAR AKUNTANSI KEUNGAN ENTITAS MAKRO KECIL MENENGAH PADA KELOMPOK PERIKANAN DESA WATUONDO KEC. WOWONII TIMUR LAUT KABUPATEN KONawe KEPULAUAN. *JICS: Journal Of International Community Service*, 1(01), 13-18.
- Abdullah, R., Malik, E., Adan, L. H., & Djaâ, A. (2021). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DI DESA WAWOANGI KEC. SAMPOIAWA DITENGAH PANDEMIC COVID-19. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76-80.
- Adnan Terry Suseno, Dibyo Iskandar, Rina Ani Sapariyah, BRM SuryoTriono, Septiana Novita Dewi, & Aris Tri Haryanto. (2022). UPAYA MENINGKATKAN UMKM DENGAN DESTINASI WISATA SENDANG MBEJI DI DESA KEMIRI, KECAMATAN KEBAKKRAMAT, KABUPATEN KARANGANYAR. *INCIDENTAL : Journal Of Community Service and Empowerment*, 1(02), 36-47. <https://doi.org/10.62668/incidental.v1i02.378>

- Ajeng Dian Rahmatika, & Tri Kartika Pertiwi. (2023). PENGUATAN UMKM MELALUI STRATEGI BRANDING PADA TEMPE TAHU PANTURA DESA TEGALREJO, PROBOLINGGO. *INCIDENTAL : Journal Of Community Service and Empowerment*, 2(01), 85–97. <https://doi.org/10.62668/incidental.v2i01.730>
- Amalia, U., & Ratnawati, D. (2017). METODE PAR SEBAGAI INDIKATOR PENINGKATAN PERAN MASYARAKAT TERHADAP PENGELOLAAN LIMBAH PLASTIK DUSUN PATEN TRIDADI SLEMAN YOGYAKARTA. *Bagimu Negeri: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 57–62.
- Arya Bimantara, M., Cahyaning Rahmadani, P. N. ., Aminullah, R., Halimatuz Zuhriyah, I. N., Nur Hayati, N. E. ., & Yudha Kartika, D. S. . (2023). PENGEMBANGAN IDENTITAS USAHA DAN PEMASARAN UMKM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING. *JICS : Journal Of International Community Service*, 2(01), 1–7. <https://doi.org/10.62668/jics.v2i01.688>
- Bobsaid, A. A., & Saputro, E. A. (2022). PENDAMPINGAN STRATEGI PEMASARAN UMKM DESA GIRIPURNO MELALUI DIGITAL MARKETING. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 8(2), 57–61.
- Calvin, & Ayundha Evanthe. (2023). FOTO KATALOG UNTUK BRANDING PRODUK UMKM CEMAL CEMIL CHIKA DI KELURAHAN GUNUNG ANYAR. *JICS : Journal Of International Community Service*, 2(01), 40–49. <https://doi.org/10.62668/jics.v2i01.722>
- Dewi Puspa Arum, Nabilla Putri Ramadhani, Halid Adli, Masithoh, P. N., Rahmat Riyanto, & Khairani Liesvarastranta Tsani. (2023). PENINGKATAN PRODUKTIVITAS UMKM BATIK DI KELURAHAN BENDOGERIT BERBASIS PEMANFAATAN BAHAN BEKAS. *JICS : Journal Of International Community Service*, 2(01), 31–39. <https://doi.org/10.62668/jics.v2i01.696>
- Dja'wa, A., Rudi, R. A., & Puspitaningsih, A. (2021). PELATIHAN PEMBUATAN NUGGET IKAN, GUNA MENINGKATKAN PENDAPATAN NELAYAN PESISIR KELURAHAN PUDAY KECAMATAN ABELI KOTA KENDARI SULAWESI TENGGARA. *Indonesian Journal of Community Service*, 1(2), 297-301.
- Dja'wa, A., Darmanto, D., Sule, S. A., Abdullah, R., & Nilma, W. L. (2024). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENGGUNAKAN MEDIA

- PEMBELAJARAN DARING GOOGLE CLASSROOM BAGI GURU DI MASA NEW NORMAL. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 3(01), 33-37.
- Eko Purwanto, & Ricy Inaiyah Wulandari. (2023). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR PADA UMKM DI KELURAHAN RUNGKUT MENANGGAL. *JICS : Journal Of International Community Service*, 2(02), 50–58. <https://doi.org/10.62668/jics.v2i02.725>
- Imamah, F., M. Taufiq, & Riko Setya Wijaya. (2023). PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING TERHADAP UMKM RAJUT DAN ECOPRINT ‘YEERA COLLECTION’ KELURAHAN WONOREJO, KECAMATAN RUNGKUT, KOTA SURABAYA. *INCIDENTAL : Journal Of Community Service and Empowerment*, 2(01), 75–84. <https://doi.org/10.62668/incidental.v2i01.724>
- Latifah, E. (2021). *PENGUATAN PEREKONOMIAN DENGAN PENDEKATAN EKONOMI ISLAM BERBASIS GO-PESANTREPRENEUR DI ERA PANDEMI COVID-19*.
- Latifah, E. (2023). PEMBINAAN KOMPETISI SAINS MADRASAH (KSM) SEBAGAI BENTUK PENGABDIAN MASYARAKAT DI BIDANG PENDIDIKAN. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(04 Juli), 427–435.
- Latifah, E., Muawanah, R., Martiwi, W. A., & Rohmawati, I. T. N. (2023). PENDAMPINGAN PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN BAGI SISWA SMK TARBIYATUT THOLABAH KRANJI PACIRAN LAMONGAN. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 27–35.
- Latifah, E., Sy, S., & Ak, M. (2020). PENGANTAR BISNIS ISLAM. Penerbit CV. SARNU UNTUNG.
- Mahesti, D., & Faristiana, A. R. (2021). PENDAMPINGAN PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI MARKETING PADA UMKM BAKPAO IJO LUMER. *Sarwahita*, 18(02), 157–171.
- Maydiantoro, A., Jaya, M., Hestiningtyas, W., & Rahmawati, R. (2021). PENDAMPINGAN UMKM MENUJU DIGITALISASI MARKETING UPAYA KEBANGKITAN DI ERA NEW NORMAL. *J. Kreat. Pengabd. Kpd. Masy*, 4(6), 1530–1539.

- Novianti, K. R., Roz, K., & Sa'diyah, C. (2021). PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN USAHA BUDIDAYA LELE. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*, 4(2), 187–193.
- Pardana, D., Abdullah, R., Mahmuda, D., Malik, E., Pratiwi, E. T., Dja'Wa, A., ... & Hamid, R. S. (2019). ATTITUDE ANALYSIS IN THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR: GREEN MARKETING AGAINST THE INTENTION TO BUY ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PRODUCTS. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 343, No. 1, p. 012128). IOP Publishing.
- Putra, M. R., Candra, F., & Siahaan, S. R. (2023). ANALISIS SWOT DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI UMKM MENUR PUMPUNGAN. *JICS : Journal Of International Community Service*, 2(01), 20–30. <https://doi.org/10.62668/jics.v2i01.701>
- Putri, R. A., & Sembiring, S. B. (2021). PELATIHAN DESAIN FLYER DAN KARTU NAMA DENGAN METODE PARTICIPATORY ACTION RESEARCH (PAR). *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(1), 1–7.
- Ridho, M. Z. (2020). SIGNIFIKANSI METODE (PAR) DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT (BAZDA KABUPATEN SERANG). *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 13(1), 1–13.
- Safar Nasir, M. ., Saleh, R. ., & Yuniarti, D. (2024). UPAYA OPTIMALISASI KEMAMPUAN ENTREPRENEURSHIP ERA DIGITAL . *JICS : Journal Of International Community Service*, 3(01), 1–16. <https://doi.org/10.62668/jics.v3i01.1172>
- Tri Widiyanto, Yosephine Angelina, Yofhi Septian Panglipurningrum, & Andri Octaviani. (2022). PELATIHAN PENINGKATAN EKONOMI KREATIF BUCKET SNACK DAN PEMASARAN DIGITAL MARKETING PADA IBU-IBU PKK DI DESA NGADIREJO KARANGANYAR. *INCIDENTAL : Journal Of Community Service and Empowerment*, 1(02), 29–35. <https://doi.org/10.62668/incidental.v1i02.377>