



Digitalisasi Produk UMKM Berbasis E-Katalog untuk Meningkatkan Komersialisasi Pemasaran di Lingkungan Komunitas UMKM PADUKA

Wahyu Sakti Gunawan Irianto*, Triyanna Widiyaningtyas, Sujito, Muhammad Anfan Habibi, Abdullah Iskandar Syah, Afif Abdul Hadi, Ahmad Fuadi

Universitas Negeri Malang, Indonesia

✉ wahyu.sakti@um.ac.id *

Abstract

The Indonesian economy has traditionally relied heavily on the vital contributions of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to support economic growth and national development. MSMEs not only create jobs but also drive economic growth, especially after economic crises. This community engagement focuses on the Kasembon Subdistrict in Malang Regency and involves the PADUKA MSME Community. In this program, the introduction of an E-Catalog is presented as a solution to improve the marketing of MSME products. The results show that the implementation of the E-Catalog has enhanced the efficiency of product marketing, facilitated access to product information, and provided benefits to consumers. However, challenges related to technology adaptation and diverse understandings need to be addressed. Continuous support and capacity-building in the form of training and mentoring are necessary to ensure the sustainability of this program. This initiative underscores the significant potential of technology in advancing MSMEs and emphasizes the need for a sustainable approach to drive local economic growth.

Keywords: E-Catalog, Community Engagement, Economic Growth, Product Digitalization.

ARTICLE INFO

Article history:

Received

August 09, 2023

Revised

October 25, 2023

Accepted

November 07,

2023

Diterbitkan oleh
ISSN

Situs Web

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY SA

CV. Kreatif Tugu Pena
2774-7077

<https://attractivejournal.com/index.php/bce/>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia telah lama bergantung pada peran penting Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menyokong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional (Windusancono, 2021). UMKM tidak hanya memberikan kontribusi signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi, terutama setelah menghadapi krisis ekonomi (Hapsari et al., 2014). Lebih jauh lagi, UMKM membuka peluang kerja yang besar bagi warga negara Indonesia, menciptakan lapangan kerja yang beragam, dan memberikan kesempatan untuk berwirausaha.

Definisi UMKM meliputi Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Usaha Kecil adalah jenis usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar, dan memenuhi kriteria Usaha Kecil (Suci, 2017). Usaha Menengah adalah jenis usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha kecil, dan memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tertentu (Halim, 2020).

Pengabdian masyarakat ini difokuskan pada Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang. Hasil survei yang telah dilakukan di kecamatan ini mengindikasikan bahwa mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani, namun juga terdapat sejumlah individu yang aktif dalam berbagai usaha, terutama dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di kecamatan ini, terbentuk sebuah komunitas UMKM yang dikenal dengan sebutan "UMKM PADUKA," yang telah berdiri sejak tahun 2020 hingga saat ini. Komunitas ini dipimpin oleh Ibu Sri Wahyuni dan terdiri dari 110 pelaku usaha yang bergerak di beragam bidang, termasuk pengolahan hasil pertanian dengan tujuan meningkatkan nilai ekonomi hasil pertanian menjadi berbagai produk makanan dan minuman, seperti keripik, jahe dan alang-alang, jamu rempah-rempah, dan mocaf. Selain itu, komunitas ini juga mencakup sektor kerajinan tangan dan alat kebersihan dari bahan alami, seperti tas batok, keset, sabun mandi, dan sabun cuci piring.

E-Katalog adalah alat yang penting dalam era digital, yang berisi informasi lengkap tentang berbagai produk, barang, dan layanan yang umumnya ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada pembeli, perusahaan lain, atau pengguna akhir (Linda, 2016). E-Katalog biasanya dirancang dengan perangkat lunak seperti Photoshop dan mencakup daftar produk beserta detail seperti harga, foto, dan spesifikasi produk. Namun, perkembangan bisnis di komunitas UMKM PADUKA belum mencapai potensinya secara optimal. Masalah utamanya adalah dalam hal pemasaran produk, yang dianggap kurang efektif karena ketiadaan informasi visual seperti foto produk, deskripsi produk, dan harga produk yang jelas untuk ditampilkan kepada konsumen (Syifa et al., 2021). Oleh karena itu, diperlukan pengembangan E-Katalog sebagai solusi yang dapat mempermudah pelaku usaha dalam memasarkan produk dan membantu konsumen dengan cara memberikan informasi yang lengkap secara visual, sehingga menjadikan proses pemasaran lebih efisien dan berdampak positif pada perkembangan usaha para pelaku UMKM (Zahra et al., 2023).

METODE

1. Identitas Mitra

Program pengabdian ini dijalankan dalam konteks pengembangan UMKM di Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Mitra dalam program ini adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tergabung dalam Komunitas UMKM PADUKA. Perumusan program ini berawal setelah observasi yang dilakukan di berbagai usaha UMKM di wilayah tersebut untuk mengidentifikasi tantangan utama dalam pemasaran dan komersialisasi produk. Fokus observasi termasuk analisis terhadap:

- a. Kebutuhan dan manfaat yang dibutuhkan oleh pelaku usaha UMKM.
- b. Tingkat dukungan yang dapat diberikan oleh pelaku usaha.
- c. Ketersediaan waktu yang dapat dialokasikan untuk kegiatan pengembangan pemasaran produk.
- d. Sarana dan prasarana yang tersedia bagi pengembangan teknologi digital guna meningkatkan pemasaran.

2. Layanan Lokasi

Layanan lokasi ini diimplementasikan di Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang, Jawa Timur, Indonesia, di mana Komunitas UMKM PADUKA beroperasi. Kecamatan Kasembon dipilih sebagai lokasi utama pengabdian ini karena merupakan lingkungan yang mewakili beragam sektor UMKM, seperti pengolahan hasil pertanian menjadi makanan dan minuman, kerajinan tangan, dan produk kebersihan dari bahan alami. Keberadaan Komunitas UMKM PADUKA di wilayah ini menjadi fokus utama dalam upaya pengabdian kepada masyarakat. Layanan lokasi ini mencakup berbagai aspek, termasuk identifikasi usaha-usaha UMKM di wilayah tersebut, evaluasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha, serta penentuan solusi digitalisasi produk berbasis E-Katalog yang relevan dengan kondisi lokal.

3. Waktu

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam rentang waktu tertentu untuk memastikan implementasi yang efektif. Penyerahan E-Katalog kepada Komunitas UMKM PADUKA dijadwalkan pada tanggal 28 Oktober 2023. Periode ini mencakup tahapan observasi, perencanaan, pelatihan, pendampingan, serta penyerahan hasil dalam bentuk E-Katalog kepada pelaku usaha UMKM di wilayah Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

4. Jenis Kegiatan

Kegiatan ini didukung dan difasilitasi oleh LP2M (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) Universitas Negeri Malang, yang memungkinkan penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan yang melibatkan pelaku usaha UMKM PADUKA dalam digitalisasi produk berbasis E-Katalog. Jenis kegiatan yang diselenggarakan mencakup serangkaian pelatihan, praktik langsung, serta evaluasi dan perbaikan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi E-Katalog guna meningkatkan pemasaran produk mereka. Dengan dukungan dari LP2M Universitas Negeri Malang, kegiatan ini dapat berjalan efisien dan berkontribusi positif terhadap pengembangan UMKM dalam komunitas UMKM PADUKA di Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang.

5. Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan dalam program pengabdian ini meliputi observasi awal untuk mengidentifikasi tantangan pemasaran yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM PADUKA, perencanaan teknis dan persiapan yang melibatkan perumusan rencana pelatihan dan pendampingan, serta persiapan alat dan perangkat. Selanjutnya, tahap pelatihan akan mencakup pelatihan fotografi produk, pembuatan video produk, dan pembuatan E-Katalog. Setelah pelatihan, tahap evaluasi dan perbaikan dilakukan untuk memastikan hasil digitalisasi produk berbasis E-Katalog yang efektif dalam meningkatkan pemasaran produk UMKM PADUKA. Keseluruhan tahapan ini akan berlangsung dalam rentang waktu tertentu, dengan fokus pada upaya untuk memberdayakan pelaku usaha dalam meningkatkan pemasaran produk mereka melalui digitalisasi.

6. Persiapan

Dalam tahap persiapan program pengabdian masyarakat ini, tim akan mempersiapkan semua aspek yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan. Persiapan mencakup:

a. Sosialisasi Kegiatan

Kegiatan sosialisasi akan dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk komunikasi langsung dengan pelaku usaha dalam komunitas UMKM PADUKA dan penggunaan aplikasi pesan seperti WhatsApp untuk memastikan semua pihak terlibat dan memahami detail pelatihan dan pendampingan.

b. Pengumpulan Data Peserta Pelatihan

Tim akan mengumpulkan data peserta pelatihan UMKM PADUKA untuk memastikan jumlah peserta yang akan mengikuti setiap tahapan pelatihan dan pendampingan.

c. Pengadaan Materi Pelatihan

Persiapan teknis meliputi pengadaan peralatan seperti mikrofon dan perlengkapan teknis lainnya yang dibutuhkan untuk pelatihan, termasuk proyektor LCD dan laptop. Selain itu, persiapan bahan mencakup materi pelatihan yang akan disampaikan kepada peserta serta penyediaan makanan ringan dan makanan untuk peserta pelatihan.

d. Koordinasi Peserta Pelatihan

Koordinasi dengan peserta pelatihan akan dilakukan untuk memastikan bahwa mereka siap dan terinformasi tentang jadwal dan persyaratan pelatihan.

7. Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan setelah seluruh izin dan persiapan peralatan, serta sosialisasi kepada peserta telah selesai. Kegiatan ini dilaksanakan di kecamatan Kasembon Kabupaten Malang pada tanggal 28 oktober 2023. Program-program yang dilaksanakan yaitu :

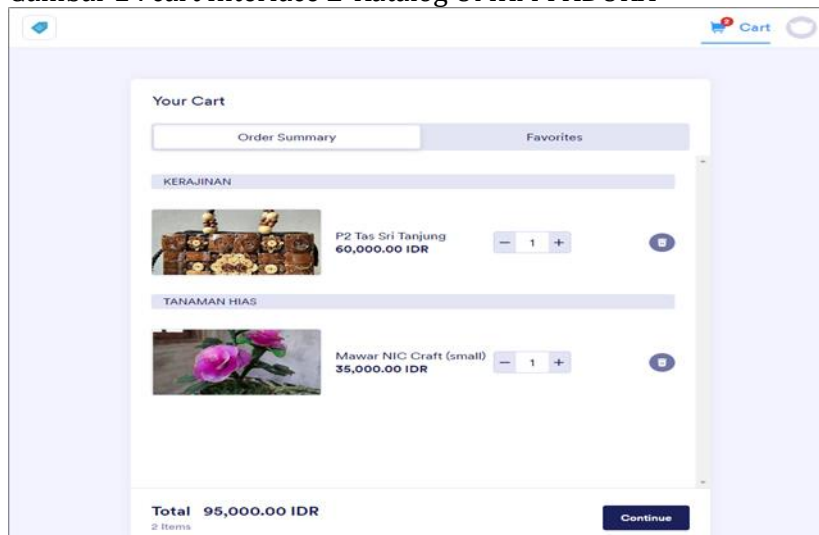
- Pelatihan dan pendampingan fotografi produk
- Pelatihan dan pendampingan pembuatan videografi produk
- Pelatihan dan pendampingan pembuatan E-Katalog

Proses penciptaan E-Katalog produk bertujuan untuk menyederhanakan upaya pelaku usaha dalam pembaruan dan akses data secara lebih efisien, memungkinkan konsumen untuk menemukan produk dengan lebih mudah. Saat ini, E-Katalog yang telah diproduksi telah tersedia untuk diakses melalui website <https://www.jotform.com/app/232178980215459>

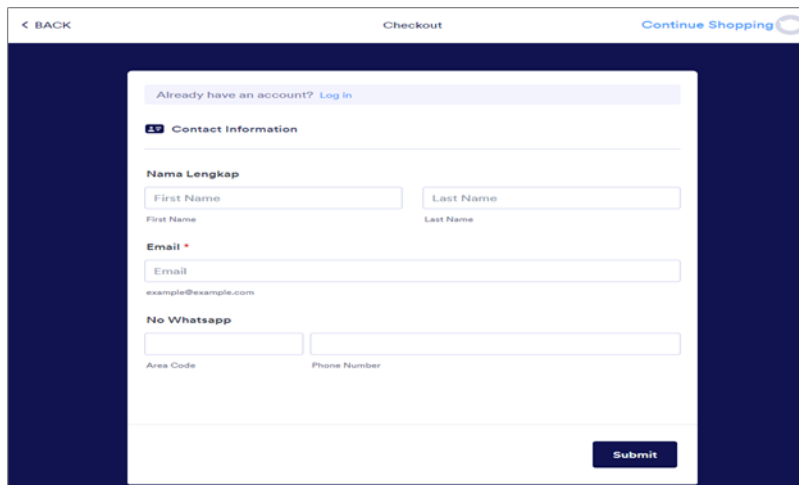
Gambar 1: main page Interface E-Katalog UMKM PADUKA



Gambar 2 : cart Interface E-Katalog UMKM PADUKA



Gambar 3 : Cehckout Interface E-Katalog UMKM PADUKA



HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui program pengabdian masyarakat ini yang didukung oleh LP2M Universitas Negeri Malang, telah berhasil mencapai berbagai hasil yang signifikan. Proses pembelajaran, pelatihan, dan pendampingan yang berfokus pada digitalisasi produk berbasis E-Katalog telah memberikan dampak positif terhadap pelaku usaha UMKM PADUKA di Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang. Hasil utama dari program ini adalah terciptanya E-Katalog yang telah diimplementasikan dan dapat diakses melalui website, memungkinkan pelaku usaha untuk memperbarui dan mengakses data produk secara lebih cepat dan mudah, serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari produk yang mereka butuhkan. Penggunaan teknologi ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mengurangi risiko penyalahgunaan harga, dan meningkatkan efisiensi serta efektivitas dalam proses penjualan. Dengan transparansi informasi produk yang lebih baik, pelaku usaha dapat memberikan informasi yang lebih akurat dan membantu konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Selain itu, program ini memberikan peluang bagi para pelaku usaha UMKM PADUKA untuk memanfaatkan teknologi dalam memperkuat pemasaran produk mereka, yang diharapkan akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi komunitas UMKM dalam jangka panjang.

Gambar 4. Pelatihan, pembelajaran, dan pendampingan digitalisasi produk E-Katalog



Gambar 5. Penyerahan E-Katalog UMKM PADUKA



Gambaran umum kegiatan dapat disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3. Deskripsi Kegiatan

Deskripsi	Kegiatan
Tujuan	<p>meningkatkan kemampuan pelaku usaha UMKM di Komunitas UMKM PADUKA untuk menggunakan teknologi E-Katalog dalam meningkatkan pemasaran produk mereka.</p> <p>memberdayakan pelaku usaha UMKM untuk membuat E-Katalog yang memudahkan mereka dalam memperbarui dan mengakses data produk, serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari produk yang mereka inginkan.</p> <p>mendukung pelaku usaha UMKM PADUKA dalam memperluas jangkauan pasar, mengurangi risiko penyalahgunaan harga, meningkatkan efisiensi penjualan, dan menyediakan informasi yang lebih jelas dan akurat kepada konsumen.</p>
Kegiatan	Pelatihan, pembelajaran, pendampingan, dan Penyerahan
Tempat Kegiatan	UMKM PADUKA
Waktu	Sabtu, 28 Oktober 2023
Target	Lingkungan Komunitas UMKM PADUKA
Peran Dosen dan Mahasiswa	Sebagai Tutor Lokakarya
Dana	LP2M Universitas Negeri Malang
Hasil	Implementasi E-Katalog telah menghasilkan peningkatan efisiensi dalam proses pemasaran produk,

memungkinkan pelaku usaha untuk memperbarui dan mengakses informasi produk dengan lebih cepat dan mudah

E-Katalog telah mempermudah konsumen dalam mencari dan mengakses informasi produk yang diinginkan, mengurangi risiko penyalahgunaan harga, serta memberikan transparansi informasi yang lebih baik kepada konsumen.

Implementasi E-Katalog pada komunitas UMKM PADUKA telah membawa perubahan signifikan dalam cara mereka memasarkan dan menjual produk. Penggunaan teknologi ini memberikan akses yang lebih mudah dan cepat bagi pelaku usaha UMKM untuk memperbarui dan mengelola informasi produk mereka (Sulaksono, 2020). Dengan demikian, hal ini mengarah pada peningkatan efisiensi dalam proses pemasaran (Irawan, 2007). Terdapat peningkatan yang nyata dalam kemampuan UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas, mengurangi risiko penyalahgunaan harga, serta memberikan informasi yang lebih akurat dan transparan kepada konsumen (Heryana et al., 2023).

Penggunaan E-Katalog tidak hanya memudahkan pelaku usaha, tetapi juga memberikan manfaat kepada ekonomi lokal (Diani & Lubis, 2022). Peluang untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan memberikan informasi yang lebih jelas dan terperinci kepada konsumen secara tidak langsung mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal (Kosasi, 2015). Hal ini dapat juga merangsang pelaku usaha untuk lebih mandiri dan inovatif dalam berbisnis. Meskipun telah ada pencapaian yang signifikan, program ini tidak terlepas dari sejumlah tantangan. Salah satunya adalah tingkat kesiapan dan adaptasi pelaku usaha terhadap teknologi digital (Nulhaqim et al., 2021). Beberapa dari mereka mungkin mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi baru dan memahami cara terbaik untuk memanfaatkannya secara optimal (Amin, 2021). Selain itu, mungkin juga ditemui kendala terkait aksesibilitas dan pemahaman terhadap internet serta penggunaan perangkat teknologi (Rahmawan et al., 2020). Keberhasilan program ini menyoroti pentingnya dukungan berkelanjutan dan peningkatan kapasitas (Zahrudin et al., 2023). Pelatihan yang diberikan perlu terus ditingkatkan, sementara pendampingan dalam penggunaan E-Katalog juga harus berlanjut untuk memastikan bahwa pelaku usaha UMKM benar-benar dapat mengoptimalkan teknologi ini dalam kegiatan sehari-hari mereka (Fatmala et al., 2022).

Program pengabdian ini memberikan bukti bahwa teknologi, seperti implementasi E-Katalog, memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi dan akses pasar bagi UMKM (Usvita et al., 2023). Namun, ini juga menegaskan perlunya pendekatan yang berkelanjutan dalam memberdayakan mereka, tidak hanya dalam penggunaan teknologi tetapi juga dalam pengelolaan bisnis secara keseluruhan (Yuniarti, 2023). Diskusi ini menyoroti pentingnya kerja sama dan komitmen jangka panjang untuk mengembangkan UMKM dan ekonomi lokal secara berkelanjutan (Sulastri & Dilastri, 2015).

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang ditujukan untuk pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang, telah membawa dampak yang signifikan. Implementasi E-Katalog telah memberikan perubahan positif dalam cara pelaku usaha UMKM memasarkan dan menjual produk mereka. Dengan adopsi teknologi ini, tercipta efisiensi dalam pembaruan dan akses data produk, memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas, serta memberikan informasi yang lebih akurat kepada konsumen. Meskipun terdapat pencapaian, tantangan dalam adaptasi teknologi dan pemahaman yang bervariasi di antara pelaku usaha masih menjadi hal penting yang harus diatasi (Budiarto et al., 2018). Oleh karena itu, perlunya dukungan

berkelanjutan dan peningkatan kapasitas dalam bentuk pelatihan dan pendampingan menjadi kunci dalam memastikan keberlanjutan dan optimalisasi penggunaan teknologi. Program ini menggarisbawahi potensi besar teknologi dalam memajukan UMKM dan menekankan perlunya pendekatan yang berkelanjutan serta komitmen jangka panjang untuk mengembangkan UMKM dan ekonomi lokal secara berkesinambungan (Raharjo & Ir Herrukmi Septa Rinawati, 2019). Dengan demikian, inisiatif semacam ini dapat menjadi landasan untuk memperkuat peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi lokal di masa depan (Rofii et al., 2023).

REFERENSI

- Amin, K. (2021). Pengalaman Komunikasi dan Adopsi Teknologi Komunikasi dalam Menjalankan Organisasi Mahasiswa selama Pandemi Covid-19. *Journal Avant Garde*, 9(1), 1.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Diani, F., & Lubis, F. A. (2022). Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam Mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1970–1981.
- Fatmala, Z. M., Lanang, F., & Zahra, I. (2022). BER-“SATU (Sistem Aplikasi Terintegrasi UMKM)” Perkuat Umkm Menuju Indonesia Maju. *JURNAL ACITYA ARDANA*, 2(2), 217–237.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Hapsari, P. P., Hakim, A., & Noor, I. (2014). Pengaruh pertumbuhan usaha kecil menengah (UKM) terhadap pertumbuhan ekonomi daerah (studi di pemerintah kota batu). *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*, 17(2), 88–96.
- Heryana, N., Kom, M., Muhammad Fuad, S. E., Titi Nugraheni, S. E., MM, Ms., Darnilawati, S. E., Meida Rachmawati, S. E., MM, M. H., Triansyah, F. A., & Susano, A. (2023). *UMKM DALAM DIGITALISASI NASIONAL*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Irawan, B. (2007). Fluktuasi harga, transmisi harga, dan margin pemasaran sayuran dan buah. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 5(4), 358–373.
- Kosasi, S. (2015). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Dalam Memasarkan Mobil Bekas. *Creative Information Technology Journal*, 3(1), 1–14.
- Linda, D. (2016). Merancang e-katalog Berbasis Website Sebagai Media Informasi pada Badan Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Daerah (BPAD) Lampung. *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika*, 7(1), 331328.
- Nulhaqim, S. A., Wibowo, H., Irfan, M., & Gutama, A. S. (2021). Peningkatan Kapasitas dalam Pemasaran Online Bagi Pelaku Usaha Kecil yang Terdampak Kondisi Pandemi Covid-19. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 165–176.
- Raharjo, T. W., & Ir Herrukmi Septa Rinawati, M. M. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Jakad Media Publishing.
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Janitra, P. A. (2020). Strategi aktivisme digital di Indonesia: aksesibilitas, visibilitas, popularitas dan ekosistem aktivisme. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 123–144.
- Rofii, A., Budiman, I. A., Sudirno, D., & Nahdi, D. S. (2023). Inovasi Produk Olahan Lele (OLELE) Untuk Meningkatkan Pemberdayaan Umkm Melalui Konten Digital di Desa Dukuh Tengah Kabupaten Tegal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3185–3192.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.

- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47.
- Sulastri, R. E., & Dilastri, N. (2015). Peran Pemerintah dan Akademisi dalam Memajukan Industri Kreatif Kasus pada UKM Kerajinan Sulaman di Kota Pariaman. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (SNEMA), Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM melalui digital marketing untuk membantu pemasaran produk pada masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13.
- Usvita, M., Desda, M. M., Saununu, S. J., Indrawan, M. G., Herlina, H., Raymond, R., Seseli, E. M. I., Lubis, L. N., Masliardi, A., & Wulan, E. R. (2023). *Manajemen Pemasaran E-Commerce*. CV. Gita Lentera.
- Valensia, V., & Kurniabudi, K. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Berbasis AR Untuk Mengidentifikasi Dalam Pemilihan Bingkai Kacamata Pada Toko Kacamata Idri. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 8(3), 555–567.
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi*, 18(1), 1–14.
- Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299–306.
- Zahra, D. J. A., Bachtiar, A., & Asmara, K. (2023). Penerapan Aplikasi Sederhana E-Katalog UMKM Berbasis APPSHEET Pada Pembangunan UMKM Kelurahan Gedog. *Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(2), 108–122.
- Zahrudin, A., Hariyono, R. C. S., Syifa, F. F., Al Syarief, S. W., & Idris, N. (2023). Pemberdayaan program pelatihan bumdes dalam mengembangkan perekonomian desa. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7771–7778.

Copyright Holder :

© Wahyu Sakti Gunawan Irianto, et al., (2023).

First Publication Right :

© Bulletin of Community Engagement

This article is under:

CC BY SA