


# Pemberdayaan Karang Taruna Desa Jenetallasa Melalui Skill Digital Untuk Meningkatkan Akses Pemasaran Komoditas Usaha Kreatif Lokal

<sup>1)</sup>Muhammad Idris, <sup>2)</sup>Anwar, <sup>3)</sup> Amiruddin Tawe, <sup>4)</sup>Chalid Imran Musa, <sup>5)</sup> Romansyah Sahabuddin, <sup>6)</sup> Nurman, <sup>7)</sup> Zainal Ruma, <sup>8)</sup> Andi Mustika Amin

<sup>1)</sup>ITB Nobel, Makassar, Indonesia

<sup>2)3)4)5)6)7)8)</sup> Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

Email Corresponden : [muhammadidris709@gmail.com](mailto:muhammadidris709@gmail.com)\*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Pelatihan Pemasaran Skill digital Perluasan akses Usaha lokal	Tujuan kegiatan ini adalah untuk melatih skill digital anggota karang taruna Desa Jenetallasa agar dapat memperluas akses pasar komoditasnya. Metode pelaksanaan menggunakan kombinasi ceramah dan praktek. Peserta terdiri atas anggota karang taruna di Desa Jenetallasa. Teknik pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahap dimulai dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi kegiatan. Hasil yang dicapai dari pengabdian ini adalah (1) anggota karang taruna sudah memiliki mindset tentang pentingnya digital pemasaran, sehingga apat mengembangkan dan mengimplementasikan kreatifitas dan inovatif pada usaha dengan mengimplementasikan skill yang diperoleh, (2) anggota karang taruna memiliki pengetahuan dalam membantu menjalankan usaha disekitarnya sesuai dengan konsep digital marketing yang baik dan benar (3) anggota karang taruna sudah mampu menjalankan pola pemasaran digital marketing secara bertahap.
<b>Keywords:</b> Taining Marketing Digital skills Expanding access Local business	<b>ABSTRACT</b> The purpose of this activity is to train the digital skills of members of the Jenetallasa Village Youth Organization so that they can expand market access for their commodities. The implementation method uses a combination of lectures and practice. Participants consisted of members of the youth group in Jenetallasa Village. The activity implementation technique consists of three stages starting from the preparation stage, the implementation stage, and the activity evaluation stage. The results achieved from this service are (1) Karang Taruna members already have a mindset about the importance of digital marketing, so they can develop and implement creativity and innovation in businesses by implementing the skills acquired, (2) Karang Taruna members have knowledge in helping run businesses around them in accordance with the concept of digital marketing that is good and right (3) members of youth organizations have been able to carry out digital marketing marketing patterns in stages.
	This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC-BY-SA</a> license.
	

## I. PENDAHULUAN

Pembangunan daerah merupakan upaya untuk memajukan pengembangan sosial ekonomi, mengurangi kesenjangan antar daerah, dan melindungi lingkungan. Dalam pembangunan suatu negara tidak terlepas dari pembangunan daerah secara merata sebagaimana pendapat menurut Lincoln Arsyad dalam (Wiratama et al.,

2018) yang menyebutkan bahwa pembangunan terikat dengan ekonomi daerah yang dimana pemerintah daerah dan masyarakat mengelola sumber daya yang ada. Pembangunan nasional yang diarahkan pada pembangunan daerah, berdasarkan UU 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah pada hakikatnya ditujukan untuk mendorong pemerataan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Dalam hal ini peran serta pemerintah dan masyarakat sangat penting dalam pendayagunaan potensi daerah secara optimal dan terintegrasi. Menurut Prof. Rahardjo Adisasmita (2013) dalam (Garis, 2017) disadari bahwa pembangunan yang utamanya ada di pedesaan telah dilakukan, namun hasilnya seringkali dianggap belum memuaskan. Hal ini dilihat dari pelibatan peran serta masyarakat pedesaan. Pembangunan perdesaan seharusnya dilihat bukan hanya sebagai objek, tetapi harus dipandang pula sebagai subjek pembangunan.

Wilayah Kabupaten Gowa memiliki potensi sumberdaya terbesar di sektor pertanian; sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani dengan hasil pertanian berupa padi, palawija, dan tanaman hortikultura (Chairuddin, Putra and Baja, 2021). Dari hasil audit lahan tahun 2012, luas lahan sawah di Kabupaten Gowa seluas 36.183 ha; 10.773 ha (30%) adalah sawah irigasi sedangkan dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Gowa, sawah yang masuk dalam kawasan peruntukkan pertanian hanya seluas 26.618 ha, termasuk sawah irigasi seluas 8.003 ha (Sub Direktorat Basis Data Lahan, 2014). Data menunjukkan bahwa Kabupaten Gowa memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Sementara hasil survey lokasi yang dilakukan, potensi yang dimiliki dari Desa Jenetallasa Kabupaten Gowa terdiri dari padi, tanaman rambutan, mangga, pepaya california, kelor, buah naga, lengkeng, jeruk, sayur-mayur, pohon jati, peternakan, dan lain sebagainya.

Mencermati potensi daerah yang begitu besar, Karang Taruna Desa Jenetallasa turut serta membantu masyarakat dalam pemberdayaan kampung rewako agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Jenetallasa. Kampung rewako merupakan wadah bagi masyarakat Desa Jenetallasa untuk mengembangkan komoditas lokal sekaligus menjadi potensi wisata. Disini, Karang Taruna Desa Jenetallasa berperan aktif dalam membantu masyarakat mengelola potensi yang ada melalui pendampingan pembibitan sayur-mayur, pembudidayaan ikan, kandang ternak, dan lain-lain.

Agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Jenetallasa, maka komoditas yang dikelola haruslah terus berproduksi dan berputar. Selain itu, juga dibutuhkan akses pemasaran yang luas. Menurut (Hendriyanto, 2017), akses pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini disebabkan ketika akses pemasaran perusahaan lancar, maka akan meningkatkan kinerja perusahaan tersebut. Kurang luasnya akses pemasaran produk akan berdampak pada pendapatan ekonomi masyarakat. Prioritas penyelesaian dari kebutuhan ini adalah suatu inovasi kreatif oleh karang taruna agar dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan akses pasar komoditas usaha kreatif lokal Desa Jenetallasa.

Dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, tim memilih Karang Taruna Desa Jenetallasa sebagai objek pengabdian karena merupakan organisasi pemuda yang memiliki kefokusannya untuk mengatasi masalah yang berhubungan dengan kesejahteraan sosial di lingkungannya. Supaya komoditas usaha yang ada di Desa Jenetallasa dapat memiliki akses pemasaran yang luas dan dapat berproduksi, tim PKM-PM menawarkan program pemberdayaan karang taruna Desa Jenetallasa melalui skill digital sebagai upaya peningkatan kesejahteraan hidup dan untuk keberlanjutan usaha lokal yang ada di Desa Jenetallasa. Sebagaimana di era saat ini, perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat berbagai kalangan dalam dunia bisnis harus mampu memanfaatkan media pemasaran berbasis teknologi sehingga informasi produk akan lebih cepat sampai pada konsumen (Wati, Martha and Indrawati, 2020) . Tujuan kegiatan ini untuk melatih skill digital anggota karang taruna Desa Jenetallasa agar dapat memperluas akses pasar komoditasnya. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat mendorong keberlangsungan dari usaha mikro dan kecil yang ada di desa Jenetallasa melalui peran dari anggota karang taruna.

Mitra dalam program ini adalah Karang Taruna Desa Jenetallasa. Karang Taruna Desa Jenetallasa merupakan organisasi sosial kepemudaan yang berada pada Desa Jenetallasa dan beralamat di Jl. Poros Benteng Somba Opu Kec. Pallangga Kab. Gowa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengangkat tema “Pemberdayaan Karang Taruna Desa Jenetallasa Melalui Skill Digital untuk Meningkatkan Akses Pemasaran Komoditas Usaha Kreatif Lokal”.

## II. MASALAH

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di Karang Taruna Desa Jenetallasa adalah kurang fokus dalam akses pemasaran dan skill digital untuk membantu bersaing di era digital. Hal ini yang mendorong tim pengabdian masyarakat untuk memberikan sosialisasi ke pengelola Karang Taruna. Pengabdian kepada masyarakat ini akan menjawab tiga (3) permasalahan utama yaitu (a) Bagaimana cara merubah midset dalam pemasaran digital? (b) bagaimana cara meningkatkan perluasan akses pemasaran komoditas usaha lokal? (c) bagaimana cara meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota karang taruna dalam skill digital di era saat ini?

Berikut ini adalah lokasi tempat pelaksanaan kegiatan:



Gambar 1. Lokasi Pengabdian kepada Masyarakat

## III. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian dilaksanakan dengan beberapa tahapan, yakni: (1) Tahap Persiapan, (2) Tahap Pelaksanaan, (3) Tahap Evaluasi. Pengabdian ini dilaksanakan selama 4 (empat) bulan. Semua tahapan kegiatan dilaksanakan secara luring dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat untuk mencegah penyebaran Covid-19. Metode pelaksanaan setiap tahapan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Program

No	Tahapan	Kegiatan
1	Persiapan	1. Survey Lokasi
		2. Pembuatan media/materi program
		3. Pembentukan Kaderisasi
2	Pelaksanaan	4. Pelaksanaan Pelatihan Kaderisasi
		5. Sosialisasi Program Pelatihan
		6. Pelaksanaan Program Pelatihan
3	Evaluasi	7. Pengontrolan dan Evaluasi Hasil
		8. Keberlanjutan Program

### 1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian akan melakukan survey dan berkoordinasi dengan mitra yaitu karang taruna Desa Jenetallasa mengenai kebutuhan yang dihadapi. Adapun kebutuhan yang ditemukan adalah pemasaran produk komoditas yang telah diberdayakan pada desa tersebut belumlah luas. Hal ini penting untuk ditindak lanjuti karena berpengaruh dengan ekonomi suatu desa dan kesejahteraan masyarakat. Selanjutnya tim pengabdian akan mencari titik terang antara masalah yang ada dengan solusi yang tepat. Solusi yang ditawarkan yaitu memberdayakan karang taruna Desa Jenetallasa melalui skill digital untuk meningkatkan akses pemasaran komoditas usaha kreatif lokal. Susunan materi pada program pelatihan skill digital di kampung rewako Desa Jenetallasa yaitu :

Tabel 2. Materi Pelatihan

No	Pertemuan Pelatihan	Materi	Metode	Indikator Keberhasilan	Luaran
1	Pelatihan 1	Konsep Pemasaran Digital dan Komunikasi <i>Online</i>	Materi 60% dan praktik 40%	Karang taruna Jenetallasa mampu memahami konsep pemasaran digital dan komunikasi digital	Naskah/ <i>Script</i> komunikasi pemasaran
2	Pelatihan 2	<i>Digital Marketing Plan</i>	Materi 40% dan praktik 60%	Karang taruna mampu membuat perencanaan bisnis.	Bisnis Model Canvas
3	Pelatihan 3	<i>Search Engine Optimazation (SEO)</i>	Materi 50% dan praktik 50%	Karang taruna mampu mengidentifikasi SEO yang akan digunakan dalam konten pemasaran	Kata Kunci dalam konten pemasaran
4	Pelatihan 4	<i>Digital Media dan Channel dan Pemilihan Media Digital yang akan digunakan</i>	Materi 40% dan praktik 60%	Karang taruna memilih media pemasaran yang akan digunakan	<i>Website Ecommerce</i>
5	Pelatihan 5	Design dan Layout	Materi 30% dan praktik 70%	Karang taruna mampu membuat desain dan layout yang akan digunakan dalam pemasaran melalui website	<i>Design dan Layout</i> konten
6	Pelatihan 6	Video/Foto Editing	Materi 30% dan praktik 70%	Karang taruna mampu membuat dan mengedit video/foto produk	Video atau foto produk

Pada tahap ini juga akan dibentuk kaderisasi pemrograman yang bertujuan untuk memfasilitasi program kegiatan pemasaran digital terhadap produk dari masyarakat. Adapun kaderisasi yaitu penanggung jawab website. Tugas dari penanggung jawab ini adalah menghandle website atas produk yang akan dipasarkan

## 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini terdiri dari pelatihan kaderisasi, sosialisasi program pelatihan, dan pelaksanaan program pelatihan.

### a. Sosialisasi Program Pelatihan

Pada tahap ini, tim p akan melakukan sosialisasi program kegiatan yang akan dijalankan kedepannya. Pada tahap ini juga akan diperjelas mengenai kesediaan mitra untuk turut berpartisipasi aktif dalam program yang akan dijalankan. Tempat sosialisasi akan dilaksanakan di halaman Kampung Rewako Desa Jenetallasa. LCD serta proyektor sebagai salah satu pelengkap penunjang penjelasan kepada mitra.

### b. Pelaksanaan Program Pelatihan

Tahap ini adalah tahap praktik dari program pemberdayaan karang taruna Desa Jenetallasa melalui skill digital untuk meningkatkan akses pemasaran komoditas usaha kreatif lokal. Program pelatihan yang diberikan berawal dari pemberian materi tentang konsep pemasaran digital dan komunikasi online.

- c. Tahap selanjutnya dari ini adalah partisipasi aktif dari masyarakat sasaran dalam berkomunikasi online, membuat desain, dan melakukan digital marketing. Masuk pada tahap selanjutnya yaitu promosi produk melalui platform digital, dimana akan dijelaskan bagaimana cara mempromosikan produk lokal pada masyarakat luar dan instalasi dibidang tertentu. Promosi yang akan digunakan salah satunya adalah promosi di Digital Marketing Strategy.

### 3. Tahap Evaluasi

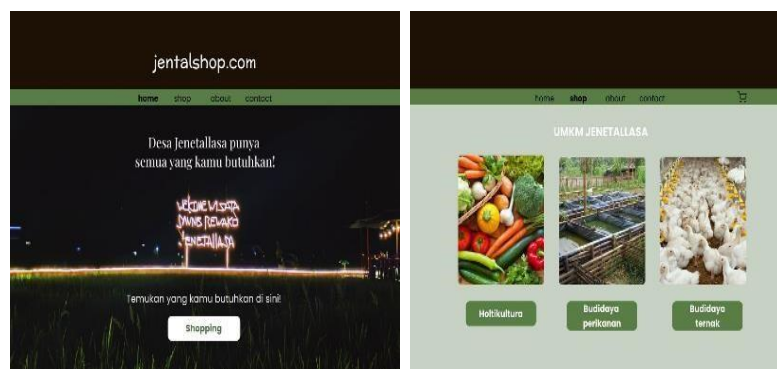
Pada tahapan ini akan dilakukan pengontrolan dan evaluasi serta keberlanjutan program. Adapun sebagai berikut:

- a. Pengontrolan dan Evaluasi hasil  
Tahap ini merupakan tahap pengontrolan, dimana dilihat dari masyarakat sasaran dapat menerapkan secara langsung program pemberdayaan karang taruna Desa Jenetallasa melalui skill digital untuk meningkatkan akses pemasaran komoditas usaha kreatif lokal di Desa Jenetallasa dengan tanpa bantuan.
- b. Keberlanjutan Program.  
Tahap ini merupakan tahap akhir dari pemberdayaan karang taruna Desa Jenetallasa melalui skill digital untuk meningkatkan akses pemasaran komoditas usaha kreatif lokal di kampung rewako Desa Jenetallasa dimana setelah program ini selesai diharapkan agar kegiatan pemanfaatan skill digital terhadap pemasaran usaha kreatif lokal dapat berlanjut seterusnya di Desa Jenetallasa bahkan sampai ke desa sekitarnya.

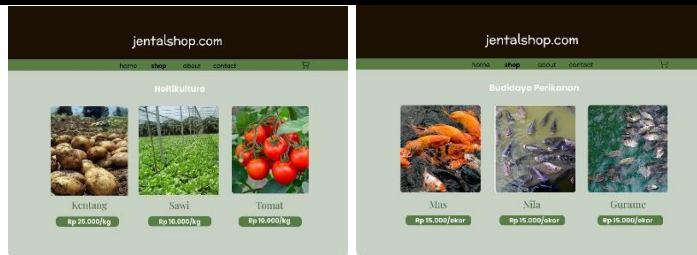
## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan pemberdayaan Karang Taruna Desa Jenetallasa Melalui Skill Digital untuk Meningkatkan Akses Pemasaran Komoditas Usaha Kreatif Lokal dengan tujuan untuk melatih skill digital anggota karang taruna Desa Jenetallasa agar dapat memperluas akses pasar komoditasnya. Melalui kombinasi materi dan praktek telah mampu memberikan pemahaman konsep pemasaran digital dan komunikasi digital dari peserta yang ada, karang taruna mampu membuat perencanaan bisnis dengan model canvas. Kemudian peserta juga mampu mengidentifikasi search Engine Optimazation (SEO) dalam konten pamasaran dan mampu memilih media pemasaran yang akan digunakan dibekali dengan kemampuan membuat desain dan layout yang akan digunakan dalam pemasaran melalui website serta kemampuan membuat dan mengedit video foto produk.

Beberapa hasil luaran yang dapat dilakukan oleh mitra selama pelatihan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Bentuk Website e-commerce



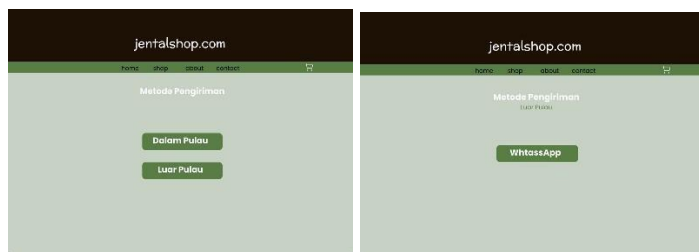
Gambar 3. Bentuk Website e-commerce



Gambar 4. Bentuk Website e-commerce



Gambar 5. Bentuk Website e-commerce



Gambar 6. Bentuk Website e-commerce



Gambar 7. Bentuk Website e-commerce



Gambar 8. Bentuk Website e-commerce

Pada sesi praktek seluruh peserta didampingi tim pengabdian masyarakat. Peserta menghasilkan konteks luaran seperti desain dan layout konten dari usaha mereka. Setelah melakukan pengaturan identitas toko, rekening, dan jasa pengiriman, peserta diminta untuk menambahkan produk mereka ke dalam desain toko online yang telah dibuat. Peserta juga dibekali modul yang digunakan sebagai pedoman ketika ada proses transaksi dengan pelanggan. Evaluasi dilakukan selama pelatihan dan setelahnya dengan menggunakan kuesioner. Selama pelatihan terlihat antusias yang tinggi untuk mengikuti pelatihan, peserta juga tidak ragu untuk menanyakan beberapa hal yang kurang dipahami baik dalam sesi materi maupun sesi praktik. Kuesioner menunjukkan respon yang cukup positif dari peserta. Berdasarkan hasil data kuesioner menunjukkan sebanyak 79% peserta memberikan respon sangat puas, 12% puas, dan 9% cukup puas terhadap keseluruhan pelatihan. Peserta mengakui bahwa pelatihan ini sangat membantu dan bermanfaat bagi keberlanjutan usaha mereka. Dari umpan balik kuisisioner juga didapatkan bahwa pelatihan ini membantu mereka yang semula takut mencoba toko online karena dianggap sulit dikelola, sehingga dengan pelatihan ini memberikan kepercayaan dirinya.

Adapun evaluasi terhadap materi yang disampaikan baik pada sesi materi dan sesi praktik juga mendapatkan respon yang sangat baik. Seluruh peserta menganggap materi sesuai dengan ekspektasi. Berdasarkan data hasil kuesioner dalam penyampaiannya sebanyak 75% peserta menyatakan materi disampaikan dengan sangat menarik, mudah dimengerti dan dipahami. Sisanya sebanyak 25% menyatakan materi yang disampaikan dikemas dengan menarik, mudah dimengerti dan dipahami. Tanggapan peserta menyatakan bahwa 85% peserta mengaku puas dengan tanggapan yang diberikan pemateri ketika peserta mengajukan pertanyaan dan 15% sisanya mengaku cukup puas pada sesi tanya jawab.

Hasil data evaluasi kuesioner menunjukkan hasil bahwa setelah diberikan pelatihan ini sebanyak 85% peserta akan mengaplikasikan hasil pelatihan pada usahanya. Sedangkan 15% sisanya masih ragu-ragu untuk memanfaatkan aplikasi online marketplace dalam memasarkan produknya karena pertimbangan harga dan merasa masih belum memiliki gawai yang memadai. Setelah pelaksanaan kegiatan ini, tim pengabdian melakukan evaluasi dengan menjabarkan beberapa hal yang dapat menjadi faktor pendukung dan penghambat keberhasilan kegiatan pelatihan.

Beberapa hal yang mendukung kesuksesan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah minat dan antusias peserta yang mengikuti pelatihan dari awal hingga akhir. Peserta yang mengikuti pelatihan aktif memberikan pertanyaan sehingga terjadi proses sharing dengan baik dan dinamis. Dukungan dari kepala Desa dan Ketua Karang Taruna di Desa Jenetallasa yang turut hadir dan mensupport kegiatan yang dilakukan. Tim pemateri yang solid dan turut serta membantu mendampingi peserta yang kesulitan untuk praktik materi pelatihan. Faktor penghambat dari hasil evaluasi sebagai faktor penghambat adalah permasalahan jaringan dan gawai yang dimiliki oleh peserta. Akses internet, sinyal telepon seluler cukup sulit sehingga peserta harus menunggu pemrosesan yang cukup lama. Beberapa dari peserta memiliki gawai dengan kapasitas penyimpanan dan RAM yang terbatas sehingga tidak bisa melakukan update aplikasi. Namun hambatan tersebut dapat diatasi karena peserta dibekali dengan modul yang dapat dipraktikkan sendiri ketika di rumah. Bantuan dari Tim pengabdian lainnya untuk membantu memandu menjelaskan secara personal yang kesulitan dan memiliki keterbatasan gawai, sehingga bisa memiliki gambaran akan keseluruhan sesi praktik.

Rencana kegiatan berikutnya adalah mengawasi dan mendampingi para peserta pelatihan untuk memastikan hasil pelatihan benar-benar telah diterapkan dengan baik dan benar. Metode yang akan digunakan adalah observasi lapangan dan memberikan layanan komunikasi jarak jauh, misalnya melalui grup

WhatsApp para peserta. Harapannya, mereka yang masih kesulitan dan membutuhkan pendampingan dapat langsung berinteraksi atau bertanya dengan tim pengabdian. Kemudian akan dilakukan evaluasi kembali melalui kuesioner umpan balik dari peserta dan wawancara secara lebih mendalam.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diperoleh kesimpulan bahwa pelatihan yang telah dilakukan dapat memberikan dampak positif sesuai dengan yang diharapkan dimana (1) anggota karang taruna sudah memiliki mindset tentang pentingnya digital pemasaran, sehingga dapat mengembangkan dan mengimplementasikan kreatifitas dan inovatif pada usaha dengan mengimplementasikan skill yang diperoleh, (2) anggota karang taruna memiliki pengetahuan dalam membantu menjalankan usaha disekitarnya sesuai dengan konsep digital marketing yang baik dan benar (3) anggota karang taruna sudah mampu menjalankan pola pemasaran digital marketing secara bertahap. Walaupun masih ada kekurangan yang masih perlu dibenahi terkait dengan akses internet peserta yang menjadi hambatan utama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, S. N. (2022) 7 Marketplace Terbesar di Indonesia Kuartal III 2021, KataData.co.id. Tersedia pada: <https://katadata.co.id/agung/berita/623af52eea481/7-marketplaceterbesar-di-indonesia-kuartal-iii-2021>.
- Agustiningrum, D. dan Andjarwati, A. L. (2021) "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace," *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), hal. 896–906. doi: 10.26740/jim.v9n3.p896-906.
- Chairuddin, Z., Putra, P. and Baja, S. 2021. Potensi Konflik Penggunaan Lahan Persawahan Di Kabupaten Gowa Pada Kawasan Strategis Nasional Mamminasata Potential Conflicts of The Rice Field Land-Use in Gowa District on Mamminasata National Strategic Area. *Jurnal Ecosolum*, 10(2), pp. 49–68.
- Faruk, M., Rahman, M. dan Hasan, S. (2021) "How digital marketing evolved over time: A bibliometric analysis on scopus database," *Heliyon*, 7(12), hal. e08603. doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e08603.
- Garis, R. R. 2017. Analisis implementasi empat program prioritas kementerian desa pembangunan daerah tertinggal dan transmigrasi di kabupaten Ciamis: (Studi kasus pada lima desa di kabupaten Ciamis). *MODERAT (Modern dan Demokratis)*, 3(2), pp. 108–130.
- Harahap, M. A. dan Adeni, S. (2020) "Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia," *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), hal. 13–23.
- Hendriyanto, A. 2017. Pengaruh Daya Saing Dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 8(November), pp. 11–18. Available at: <http://203.190.115.143/jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/view/141>.
- Susanti, E. (2020) "Pelatihan Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor," *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*. doi: <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>.
- Susanti, S., Gunawan, W. dan Sukaesih, S. (2020) "Pengembangan Pemasaran Bordir Dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial," *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), hal. 248. doi: 10.24198/kumawula.v2i3.25256.
- Wati, A. P., Martha, J. A. and Indrawati, A. 2020. Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM. *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), pp. 137–148. doi: 10.31537/dedication.v4i2.362.
- Wiratama, S., Diartho, H.C. and Prianto, F.W., 2018. Analisis Pembangunan Wilayah Tertinggal di Provinsi Jawa Timur. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), pp.16-20.