

Penyediaan Buku Profil berupa e-Book untuk Kerajinan Tangan Akrilik Kampung Tematik Gunung Pangilun Padang

Nanang Fatchurrohman^{1✉}, Meldia Fitri², Omia Crefioza³

^{1,2,3}Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Lubuk Begalung, Padang 25145, Sumatera Barat
n.fatchurrohman@gmail.com

Abstract

This community service is carried out in Acrylic Thematic Village located on Mount Pangilun, Padang City, West Sumatra. This village is one of the Thematic Villages launched by the Mayor of Padang together with related agencies. In November 2021, the Mayor held a meeting with representatives of tertiary institutions in Padang to start the Thematic Village mentoring program. The objectives of developing the Thematic Village in Padang are as follows; reducing poverty and unemployment, improving poor neighbourhoods to become less poverty-stricken, increasing community participation, increasing the potential of local communities and the local environment, and increasing community empowerment. Within the Acrylic Village entrepreneur community, there are about fifteen (15) craftsmen who run this business. The craftsmen can make handicrafts in the form of wallets, women's bags, shopping bags, table decorations, key chains and others. Preliminary interviews have been conducted with the craftsmen. From the interview, it is known that sales in acrylic handicrafts are currently experiencing a decline in sales due to the Covid-19 Pandemic. Given this problem, it was decided to help in terms of the promotion of profile books in the form of e-books. This profile book contains important information such as background, brief profile, location, available products, and contact person. This profile book is expected to reach target consumers broadly and precisely. With this profile book, it is hoped that it can help acrylic handicrafts become active again and increase their sales until they reach sales volumes like before the Covid-19 Pandemic.

Keywords: Profile Book, Acrylic Handicraft, Thematic Village, Gunung Pangilun, Padang

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kampung Tematik Akrilik yang terletak di Gunung Pangilun, Kota Padang, Sumatera Barat. Kampung ini merupakan salah satu Kampung Tematik yang dicanangkan Walikota Padang bersama instansi terkait. Pada November 2021, Walikota mengadakan pertemuan dengan perwakilan Perguruan Tinggi di Padang untuk memulai program pendampingan Kampung Tematik. Tujuan pembangunan Kampung Tematik di Padang adalah sebagai berikut; pengurangan kemiskinan dan pengangguran, peningkatan lingkungan miskin menjadi kurang kemiskinan, peningkatan partisipasi masyarakat, peningkatan potensi lokal masyarakat dan lingkungan setempat, dan peningkatan pemberdayaan masyarakat. Di dalam komunitas pengusaha Kampung Akrilik ada sekitar lima belas (15) pengrajin yang menjalankan usaha ini. Para pengrajin bisa membuat kerajinan tangan berupa dompet, tas wanita, tas belanja, hiasan meja, gantungan kunci dan lain-lain. Wawancara awal telah dilakukan dengan para pengrajin. Dari wawancara tersebut, telah diketahui bahwa penjualan di kerajinan tangan akrilik saat ini sedang mengalami penurunan penjualan akibat Pandemi Covid-19. Dengan adanya permasalahan ini maka diputuskan untuk membantu dalam hal promosi buku profil dalam bentuk E-book. Buku profil ini berisi informasi penting seperti, Latar Belakang, Profil Singkat, Lokasi, Produk yang Tersedia, dan Kontak Person. Buku profil ini diharapkan dapat menjangkau konsumen sasaran secara luas dan tepat. Dengan adanya buku profil ini diharapkan dapat membantu kerajinan tangan akrilik kembali aktif dan meningkatkan penjualannya hingga mencapai volume penjualan seperti sebelum Pandemi Covid-19.

Kata kunci: Buku Profil, Kerajinan Tangan Akrilik, Kampung Tematik, Gunung Pangilun, Padang

Majalah Ilmiah UPI YPTK is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Sejalan dengan Nota Kesepahaman Walikota pada 11 November 2021, serta peran aktif Civitas Akademika dapat berkontribusi untuk mewujudkan visi Padang, yaitu: Padang Sipil Berbasis Pendidikan, Perdagangan dan Pariwisata yang Unggul dan Berdaya Saing. Sementara itu, peran Pengabdian kepada Masyarakat Civitas Akademika khususnya dalam Tridharma Perguruan Tinggi diharapkan mampu memberikan

berkontribusi terhadap pencapaian Misi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Padang 2019-2024. Berkontribusi ini terutama dalam poin misi berikut; meningkatkan kualitas pendidikan untuk menghasilkan sumber daya manusia yang beriman, kreatif, inovatif dan berdaya saing, meningkatkan pertumbuhan ekonomi kota Padang yang inklusif, dan mewujudkan Padang sebagai pusat perdagangan dan ekonomi.

Sedangkan tujuan khusus pembangunan Kampung Tematik di Padang adalah sebagai berikut; pengurangan kemiskinan dan pengangguran, peningkatan lingkungan miskin menjadi kurang kemiskinan, Peningkatan partisipasi masyarakat, peningkatan potensi lokal masyarakat dan lingkungan setempat, dan peningkatan pemberdayaan masyarakat. Di dalam komunitas pengusaha Kampung Akrilik ada sekitar lima belas (15) pengrajin yang menjalankan usaha ini. Para pengrajin bisa membuat kerajinan tangan berupa dompet, tas wanita, tas belanja, hiasan meja dan lain-lain.

Survei awal dilakukan oleh tim pada Februari 2021 di lokasi Acrylic Village (Gambar 1). Tim telah mewawancarai kepala perwakilan pengrajin lokal. Dari wawancara tersebut diketahui bahwa kondisi saat ini sedang mengalami kelesuan dalam penjualan akibat adanya Pandemi Covid-19. Hal ini sangat wajar karena pendapatan dari usaha ini diperoleh terutama dari kunjungan wisatawan yang datang dan juga konsumen lokal yang datang langsung ke lokasi penjualan kerajinan ini. Dengan adanya Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PKKM) Covid-19 dengan membatasi mobilitas masyarakat, maka konsumen yang datang langsung berkurang secara signifikan. Ditambah dengan kondisi ekonomi masyarakat yang semakin menurun selama masa pandemi, daya beli masyarakat terhadap jenis kerajinan ini juga semakin menurun. Kegiatan survei dan wawancara dengan pengrajin akrilik dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Survei awal dan Wawancara dengan Pengrajin Akrilik

Untuk menindaklanjuti permasalahan yang ada di Kampung ini, tim ingin membantu mempromosikan produk ini dengan penyediaan buku profil. Hal ini juga sejalan dengan Memorandum Walikota Padang tahun 2021, yang menyatakan bahwa belum ada buku profil bagi Kampung Tematik Akrilik.

Meningkatkan operasional bisnis memerlukan strategi periklanan yang mencakup optimasi periklanan dengan target meningkatkan kewaspadaan masyarakat terhadap produk yang tersedia dan meningkatkan

volume penjualan [1],[2],[3],[4]. Terutama promosi dan hubungan masyarakat dengan konsep bauran iklan sebagai strategi bertahan hidup selama dan setelah pandemi Covid-19 [5],[6],[7],[8],[9].

Pembuatan buku profil atau poster yang menarik dianggap sebagai sarana sosialisasi dan edukasi yang tepat dalam berpromosi [10]. Media promosi harus dibarengi dengan penetapan daerah tersebut sebagai kawasan wisata belanja yang terdiri dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Menggunakan buku profil atau media sejenis yang memudahkan pengenalan produk kepada konsumen melalui penerapan teknologi digital [11].

Iklan melalui media online menjadi alternatif utama untuk meningkatkan volume penjualan [12],[13]. (Perlu Referensi). Perspektif infografis juga dapat meningkatkan efektivitas media periklanan (Perlu Referensi). Promosi dengan pemasaran langsung, media online, dan merchandising membuahkan hasil yang signifikan [14],[15]. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, market place (e-commerce) dipandang sebagai media periklanan yang dapat dimanfaatkan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memaksimalkan daya beli konsumen [16],[17]. Pembuatan digital marketing untuk menampilkan katalog dalam pengembangan pemasaran diyakini dapat meningkatkan pemahaman mitra tentang penggunaan internet sebagai media periklanan [18]. Bahan atau konten yang menarik adalah sarana untuk mempromosikan produk-produk kerajinan secara luas di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok [19],[20].

Penyediaan buku profil ini bertujuan untuk menjangkau khalayak dengan menggunakan hasil wawancara yang telah diproses. Dengan dibuatnya buku profil dengan format katalog diharapkan buku tersebut dapat mencapai konsumen yang lebih luas dan sasaran yang lebih tepat. Buku ini dibuat secara menarik dan buku ini ditujukan untuk segmen pasar konsumen dari segala usia. Buku ini sangat penting untuk meningkatkan volume penjualan pengrajin di kerajinan tangan akrilik, Gunung Panglun, Padang. Selain itu, pengabdian juga mendukung keberhasilan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Padang tahun 2019 hingga 2024, khususnya terkait Program Pembangunan Kampung Tematik. Dengan penyediaan buku profil diharapkan akan menunjang volume penjualan pengrajin di Kampung Tematik Akrilik. Diharapkan kesejahteraan pengrajin akan meningkat dan masyarakat sekitar dapat merasakan manfaatnya.

Buku profil akan dibuat dengan tema yang sangat menarik sehingga berfungsi sebagai buku atau brosur promosi. Tim berencana membuat buku profil ini dalam bentuk softcopy untuk mengakomodasi masyarakat yang sudah memiliki akses internet dan media sosial. Sehingga promosi akan lebih luas menjangkau pangsa pasar dan mendapatkan target

konsumen yang tepat. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk menyediakan buku profil kerajinan tangan akrilik di Kampung Tematik, Gunung Pangilun, Kota Padang, Sumatera Barat.

2. Metodologi

Dalam melaksanakan kegiatan ini, tim telah beberapa kali mengunjungi pengrajin akrilik. Dengan kunjungan ini, tim telah mengamati bahan-bahan yang akan dimasukkan ke dalam buku profil.

Data dan informasi yang betul diperlukan dalam penyusunan buku profil. Oleh karena itu, untuk memperoleh data dan informasi yang akurat tim telah mengumpulkan informasi melalui pengamatan dan wawancara. Adapun tahap-tahap kegiatan yang telah dilakukan meliputi berikut ini:

a. Pengamatan di Kampung Tematik Akrilik

Pengamatan dilakukan melalui kunjungan di lapangan. Dengan cara ini tim bisa mendapatkan gambaran yang relevan dan terkini. Pengamatan terhadap perwakilan pengrajin merupakan sumber penting di lapangan. Pengamatan saat kegiatan produksi dan produk yang dihasilkan sangat berharga dalam hal ini. Kegiatan pertama ini merupakan pintu gerbang untuk mendapatkan informasi penting untuk kegiatan selanjutnya.

b. Wawancara dengan Pengrajin

Wawancara dengan wakil perwakilan merupakan sumber penting data dan fakta di Kampung Tematik. Peran aktif pengrajin akrilik dalam memberikan informasi sangat berharga dalam hal ini. Hasil wawancara akan dipakai sebagai bahan utama dalam pembuatan buku profil.

c. Perencanaan Buku Profil

Perencanaan meliputi kegiatan menentukan format teks yang jelas. Hal ini untuk tujuan promosi dan branding yang efektif. Buku profil akan menggunakan alur yang menarik dan direncanakan pada tahap ini. Komponen harus seimbang antara gambar dan penjelasan dengan komposisi yang sesuai. Isi buku direncanakan dengan menampilkan konten yang perlu diketahui dan penting bagi calon pembeli.

d. Pembuatan Buku Profil

Pembuatan buku profil ini bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan menjelaskan bisnis akrilik, Pembuatan buku dengan menampilkan gambar-gambar yang menarik dan penjelasan yang akurat. Latar belakang gambar dipilih sesuai dengan tema buku yaitu kerajinan akrilik di Kampung Tematik, Buku profil ini dibuat dengan mempertimbangkan beberapa faktor dalam bauran pemasaran, antara lain produk, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan tersebut berupa dari sebuah profil buku itu mencerminkan latar belakang bisnis kecil. Komponen penting dari profil buku dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Latar Belakang

Latar belakang disajikan sebelumnya masuk ke dalam konten utama. Dalam latar belakang dijelaskan lokasi Kampung Akrilik dan alasan utama kenapa kegiatan pendampingan sangat penting demi kemajuan kampung ini. Pada Gambar 2 terlihat rincian latar belakang UMKM Akrilik, Gunung Pangilun, Padang. Gambar ini menjelaskan tentang latar belakang Kampung Akrilik yang terletak di Gunung Pangilun, Kota Padang, Sumatera Barat. Kampung ini adalah salah satu kampung tematik yang dicanangkan oleh Bapak Walikota Padang dengan Jajaran Dinas terkait.



Gambar 2 Latar Belakang

b. Profil Singkat

Profil singkat meliputi informasi tentang komunitas pengusaha Kampung Akrilik yang ada sekitar lima belas (15) pengrajin. Salah satu pengrajin induk atau utama di Kampung Akrilik adalah Zaizha Collection™. Usaha ini dikendalikan oleh Ibu Fitriai Wetty dan dianggotai oleh para pengrajin yang lainnya yang berdomisili di sekitar Gunung Pangilun, Padang. Gambar 3 menjelaskan tentang profil singkat, padat, dan ringkas mengenai usaha di Kampung Akrilik. Pada Gambar 3 ini dijelaskan tentang di dalam komunitas pengusaha Kampung Akrilik ada sekitar 15 pengrajin yang menjalankan usaha ini. Salah satu usaha di Kampung Akrilik adalah Zaizha Collection™. Usaha ini dikendalikan oleh Ibu Fitriai Wetty dan dianggotai oleh para pengrajin yang lainnya yang berdomisili di sekitar Gunung Pangilun, Padang.



Gambar 3. Profil Singkat

c. Menemukan Jalan Menuju ke Lokasi

Pada Gambar 4 menjelaskan cara-cara menuju ke lokasi usaha di Kampung Akrilik. Gambar 4 juga menjelaskan lokasi Zaizha Collection™ terletak di Kampung Keluarga Berencana (KB), Gunung Pangilun, Padang. Salah satu cara menuju ke lokasi adalah masuk melalui jalan di sebelah Transmart, Padang. Cara yang lain menuju ke lokasi adalah masuk melalui jalan tepat di depan MAN 2, Padang.



Gambar 4. Menuju ke Lokasi

d. Produk-produk yang Tersedia untuk Dijual

Produk-produk tersebut meliputi; koleksi tas tangan atau hand bag, koleksi tas selempang atau sling bag, hiasan bunga, penyambung masker, dan gantungan kunci mainan. Produk-produk ini diperlihatkan pada Gambar 5-7. Dimulai dari Gambar 5 yang menjelaskan tentang tentang produk akrilik berupa koleksi hand bag atau tas tangan jinjing. Pada Gambar

5 menjelaskan produk-produk koleksi hand bag yang tersedia untuk dijual terdaftar dalam bagian ini dan disertai dengan gambar-gambar yang menarik. Hand bag termasuk dengan desain tema "Exclusive and elegant in your style", "In red with passion look", dan "Simple and yet stunning."



Gambar 5. Produk Hand Bag Akrilik

Sementara Gambar 6 menjelaskan tentang koleksi sling bag atau tas selempang. Sling bag desain dengan nomor 201 berupa sling bag bertemakan "Active and sporty." Sementara sling bag dengan nomor 202 bertemakan "Be yourself." Sling bag dengan nomor 203 bertemakan "Just be cool."



Gambar 6. Produk Sling Bag Akrilik

Gambar 7 menjelaskan tentang produk lain-lain seperti hiasan bunga, konektor masker, dan gantungan kunci. Gambar ini juga menjelaskan secara rinci produk 301

berupa hiasan bunga yang bertemakan produk nomor 301 hiasan bunga. "Red blossoms day and night." Selain itu menjelaskan produk nomor 302 konektor masker bertemakan "Keep healthy and in style." Terakhir dalam Gambar 7, menjelaskan tentang produk-produk nomor 303 dan 304 berupa gantungan kunci bertemakan "Pick your favourite."



Gambar 7. Hiasan Bunga, Penyambung Masker dan Gantungan Kunci Mainan

e. Informasi Lanjut dan Contact Person

Gambar 8 memuat informasi lanjut bagi konsumen yang berminat untuk membeli produk-produk akrilik. Gambar ini menjelaskan tentang bagian yang memuat nama toko pengrajin. Terakhir, Gambar 8 memperlihatkan nama pemilik serta informasi nomor WhatsApp dan Facebook.



Gambar 8. Informasi Lanjut dan Contact Person

Konten buku disampaikan dalam gaya yang menarik, sehingga produk akrilik dalam buku ini memberikan kesan yang kuat pada pembaca.

Promosi Kampung Akrilik dan produknya yang dapat dilakukan melalui buku profil. Setelah melalui observasi dan wawancara konten buku profil ini ditentukan. Usaha ini sangat penting untuk Kampung Akrilik. Hal ini dikarenakan Kampung Akrilik sudah menjadi perusahaan mandiri berdasarkan hasil wawancara dengan perwakilan pengrajin. Buku ini dalam bentuk softcopy berformat PDF, sehingga pengrajin akrilik dapat mengunggah dan menggunakannya sebagai bahan promosi di sosial media, toko online atau di website.

4. Kesimpulan

Beberapa hal yang penting yang dapat disimpulkan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut. Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini telah dilakukan di UMKM Akrilik, Gunung Pangilun, Kota Padang, Sumatera Barat. UMKM Akrilik ini merupakan salah Kampung Tematik yang dicanangkan Walikota Padang bersama instansi terkait. Setelah survei awal dengan para pengrajin, ternyata penjualan akrilik desa saat ini sedang menurun akibat pandemi COVID 19. Menghadapi masalah ini, diputuskan untuk membantu periklanan dalam bentuk pembuatan buku profil untuk itu UMKM kerajinan tangan akrilik.

Buku profil yang dibuat secara profesional dan menarik. Buku ini ditujukan untuk segmen pasar konsumen dari segala usia. Konten buku yang disampaikan dengan gaya warna-warni, singkat, dan padat menjadikan buku promosi yang menarik. Buku profil ini disediakan secara softcopy sehingga dapat membantu dengan kehadirannya media promosi di internet seperti Instagram, Facebook, dan TikTok.

Ucapan Terima kasih

Tim Pengabdian kepada Masyarakat ingin mengucapkan terima kasih kepada Yayasan, Manajemen dan LPPM Universitas Putra Indonesia YPTK Padang yang telah memberikan dana dan fasilitas untuk keberlangsungan pengabdian ini. Kegiatan ini dibiayai dengan dana dari LPPM, Surat Perjanjian PkM No: 14/UPI YPTK/LPPM/P/KP/IV/2022. Tim juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Fitriai Wetty beserta pengrajin di Kampung Tematik Akrilik, Gunung Pangilun, Kota Padang, Sumatera Barat.

Daftar Rujukan

- [1] Siagian, A. O. (2021). Strategi Pemasaran E-Commerce bagi UMKM Indonesia Untuk meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Akrab Juara*, 6(1), 1-15. <http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1389>
- [2] Darsih, D. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Studi pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Lahat. *JEM Jurnal Ekonomi dan*

- Manajemen, 7(1), 79-93.
<http://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/112>
- [3] Aribowo, H., & Wirapraja, A. (2018). Strategi Inovasi Dalam Rangka Menjaga Keberlanjutan Bisnis Dalam Menghadapi Era Volatility, Uncertainty, Compelxity, Dan Ambiguity (Vuca). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 9(1), 51-58.
<http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/download/153/149>
- [4] Kurniawati, K., Nilasari, B. M., Emilisa, N., & Rahayu, F. (2022). Strategi Pemasaran Iklan Digital dalam Pengambilan Keputusan Berbasis Online. *Jurnal Abdikaryasakti*, 2(2), 131-144. <https://doi.org/10.25105/ja.v2i2.14187>
- [5] Setyani, N. Z., Marliyah, L., & Satyarini, M. D. (2022). Peningkatan Penjualan Tiket Masuk Melalui Bauran Promosi di Sanggaluri Park Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 3(1), 1-10. DOI: <https://doi.org/10.31331/jee.v3i1.2203>
- [6] Rosyada, M., & Wigiawati, A. (2020). Strategi Survival UMKM Batik Tulis Pekalongan di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada “Batik Pesisir” Pekalongan). *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(2), 69-93. <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/banco/article/view/1537>
- [7] Sari, J. I., & Susilo, J. (2021). Strategi Bertahan Cafe Melalui Pendekatan Integrated Marketing Communication di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 117-130. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1350>
- [8] Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1). <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003>
- [9] Numat, M., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Kreativitas Strategi Pemasaran, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi pada UMKM Batik di Kota Yogyakarta dalam Masa Pandemi Covid-19. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 1167-1190. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i4.1079>
- [10] Canggih, C., Fikriyah, K., Indrarini, R., Suryaningsih, S. A., & Hanifah, N. (2021). Peningkatan Kesehatan Masyarakat di Masa Pandemi Bagi Warga Panti Asuhan di Surabaya. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i4.6232>
- [11] Ainah, N., Yunani, A., Saipudin, S., Rahmini, N., & Rahayu, D. (2022). Analisis Penggunaan E-Commerce di Bidang Fashion terhadap Laba Usaha Mikro di Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 13872-13892. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i9.9496>
- [12] Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- [13] Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaokani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47. <https://ojs.atds.ac.id/index.php/karyaunggul/article/view/121>
- [14] Pramawati, I. T., Putri, K. M. D., & Mulyawan, A. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Klungkung dalam Meningkatkan Profit. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(2), 263-275. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v12i2.29305>
- [15] Santosa, M., & Vanel, Z. (2022). Strategi Digital Marketing MG Setos Hotel Semarang dalam Meningkatkan Revenue di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 6(2). <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i2.50088>
- [16] Ahsyar, T. K., Syaifullah, S., & Ardiansyah, A. (2020). E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dinas Koperasi Umkm Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 43-54. <http://dx.doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>
- [17] Cahya, A. D., Aqdella, F. A., Jannah, A. Z., & Setyawati, H. (2021). Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 503-510. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i3.329>
- [18] Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 60-72. <https://doi.org/10.47747/jnpm.v2i2.388>
- [19] Widayat, E., Pamudi, P., & Mardiana, N. (2021). Pengembangan Sarana Promosi Melalui Web di UMKM Ondomohen Pack. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 168-177. <https://doi.org/10.47747/jnpm.v2i2.388>
- [20] Pasaribu, R. M., Matondang, V., & Sinaga, M. (2022). Keterampilan Pemasaran Digital Melalui Instagram Bagi Pelaku Usaha Souvenir Kampung Pindaraya Kecamatan Simanindo Samsosir. *ABDISOSHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial dan Humaniora*, 1(3), 408-416. <https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v1i3.1067>