

Pelatihan Pembuatan Katalog Produk Berbasis Digital Guna Meningkatkan Pemasaran Bagi Grup Jual Beli Online

Evi Fajriantina Lova^{1*}, Rina Rachmawati², Rokiyah³, Ahsani Maulidina⁴,
Farida Ulfa⁵, Ane Fany Novitasari⁶

^{1, 2, 3, 4, 5, 6} Politeknik Negeri Malang, Malang, Indonesia

*Corresponding author: evi.fajriantina@polinema.ac.id

Received 13-09-2024

Revised 18-09-2024

Accepted 21-09-2024

ABSTRAK

Grup jual beli online RW.009 Bukit Cemara Tidar Kota Malang, adalah grup *WhatsApp* yang dibuat saat pandemi *covid 19* di pertengahan tahun 2020. Sampai saat ini, grup ini masih eksis dan banyak pelaku usaha baru yang ikut bergabung dalam grup, ini berarti ada potensi untuk mengembangkan UMKM melalui grup tersebut. Namun, terdapat permasalahan yaitu pemasaran yang dilakukan masih konvensional, contohnya penawaran produk masih ala kadarnya tanpa memperhatikan cara promosi yang tepat. Ini mengakibatkan konsumen kesulitan mencari info produk ketika ingin membeli, di satu sisi secara tampilan juga kurang menarik. Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu kombinasi antara pelatihan dan pendidikan masyarakat. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan adanya perubahan dalam hal pemasaran online yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Jika sebelumnya para pelaku usaha dalam melakukan pemasaran online masih bersifat konvensional, setelah diadakan kegiatan pengabdian ini pemasaran online yang dilakukan lebih menarik, rapi dan terkonsep, dengan adanya katalog produk dari masing-masing pelaku usaha.

Kata kunci: Pemasaran; Katalog; Jual Beli Online.

ABSTRACT

The online buying and selling group RW.009 Bukit Cemara Tidar, Malang City, is a *WhatsApp* group created during the *Covid 19* pandemic in mid-2020. Until now, this group still exists and many new business people have joined the group, this means there is potential to develop MSMEs through this group. There is a problem, that the marketing carried out is still conventional, for example product offerings are still rudimentary without paying attention to appropriate promotional methods. This makes it difficult for consumers to find product information, beside that the appearance is also less attractive. The implementation method used is a combination of training and community education. The results of service activities show changes in online marketing. If previously business actors carried out online marketing in a conventional manner, after this service activity was more attractive, neat and conceptual, with the existence of a product catalog.

Keywords: Marketing; Catalog; Online Buy and sell.

PENDAHULUAN

Era globalisasi telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia, baik sebagai makhluk individu maupun sebagai makhluk sosial. Perubahan tersebut salah satunya yaitu dalam bidang teknologi, yang telah banyak memberikan kemudahan-kemudahan dalam kehidupan manusia. Salah satu contohnya yaitu kemudahan dalam berbisnis. Pada era sebelumnya, bisnis dilakukan masih bersifat konvensional, dengan hadirnya masing-masing individu dalam suatu tempat untuk melakukan kegiatan bisnis, misalnya jual beli. Berbeda dengan saat ini, kegiatan

bisnis bisa dilakukan secara online dengan banyak manfaat seperti, lebih mudah untuk menjangkau pelanggan potensial, dan biaya yang perlu dikeluarkan untuk menjalankan bisnisnya tidak sebesar biaya untuk menjalankan bisnis secara offline (Herdiyani et al., 2022), misalnya jual beli online melalui *whatsapp*. WhatsApp adalah aplikasi pesan instan yang populer dengan fitur mirip SMS namun menggunakan data internet tanpa pulsa. Salah satu fitur yang banyak digunakan adalah membuat grup jual beli yang dapat menampung hingga 1024 anggota, mendukung pemasaran online.

Menurut Djaslim S, "Pemasaran adalah bagian dari kegiatan bisnis yang digunakan untuk membuat rencana bisnis, menentukan harga, menawarkan serta membagikan produk kepada calon konsumen yang merupakan target pasar yang dituju oleh perusahaan" (Albi, 2019). Saat ini, platform digital seperti Whatsapp, Facebook dan Instagram lebih banyak digunakan jika dibandingkan dengan televisi. Penggunaannya pun hampir sepanjang waktu, oleh karena itu strategi pemasaran digital akan sangat berpotensi untuk meningkatkan preferensi dan penjualan dalam mempromosikan suatu merek.

Sejalan dengan hal tersebut pengurus RW.009 Lingkungan Perumahan Bukit Cemara Tidar, Kelurahan Karang besuki, Kecamatan Sukun, Kota Malang juga menginisiasi pembuatan grup jual beli *online*. Pembuatan grup jual beli *online* ini dilatar belakangi karena Pandemi *Covid 19* yang telah terjadi pada awal tahun 2020, yang membawa dampak besar pada perekonomian bangsa Indonesia, khususnya bagi para pelaku usaha dan masyarakat ekonomi kecil. Dampak tersebut terjadi karena pada saat itu diberlakukannya pembatasan aktivitas masyarakat. Ruang lingkup aktivitas masyarakat menjadi terbatas, terutama dalam hal kegiatan usaha. Hal inilah juga yang dirasakan oleh warga RW.009 Lingkungan Perumahan Bukit Cemara Tidar, Kelurahan Karang besuki, Kecamatan Sukun, Kota Malang.

Grup Jual Beli *Online* RW. 009 terdiri atas 275 anggota, dengan memberlakukan aturan grup yang telah disepakati secara bersama-sama, agar transaksi jual beli di dalam grup berjalan dengan baik dan teratur. Namun terdapat kekurangan dalam kegiatan jual beli *online* di grup tersebut, yaitu dalam hal tata cara penawaran produk yang cenderung masih bersifat konvensional, sehingga tidak jarang penawaran-penawaran yang diberikan tersebut, membuat bingung para konsumen yang akan mencari produk.

Solusi yang dapat ditawarkan untuk mengatasi kendala yang dihadapi tersebut adalah dengan memberikan pelatihan pembuatan katalog produk *online*. Katalog produk online atau katalog elektronik adalah suatu sistem yang terdiri dari daftar barang dengan jenis, spesifikasi teknis, harga, dan informasi lainnya yang dapat diakses secara digital (Diani & Lubis, 2022). Katalog elektronik ini nantinya berisi kumpulan produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha di grup. Dalam pelaksanaan pelatihan pembuatan katalog produk *online* tersebut, juga akan diberikan pelatihan pemasaran *online*, sehingga nantinya katalog produk yang dihasilkan selain mempunyai tampilan yang menarik juga dapat mempermudah para konsumen untuk mencari produk yang diinginkan sehingga dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat khususnya dalam pemasaran jual beli secara *online*.

Adapun tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan motivasi para pelaku usaha UMKM, untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman pada para pelaku usaha yang tergabung dalam grup jual beli online akan pentingnya pemasaran digital dalam menjalankan bisnis online, dan untuk meningkatkan efisiensi penggunaan katalog pada grup jual beli online.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode pendidikan masyarakat dan pendampingan. Pemilihan metode pendidikan masyarakat karena dengan metode ini dapat memberikan fasilitas kepada masyarakat untuk dapat lebih meningkatkan pengetahuan dan sumber daya mereka dalam mengatasi permasalahan yang ada di lapangan (Hilmi, 2022). Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman serta kesadaran akan pentingnya pengetahuan tentang pemasaran online dalam kegiatan bisnis. Selain itu digunakan juga metode pelatihan, karena dalam kegiatan ini diberikan pelatihan untuk membuat katalog produk online. Dengan adanya kombinasi kedua metode ini bisa menjadikan kegiatan ini lebih solutif dalam mengatasi permasalahan, baik dari sisi pengetahuan secara teori dan ditunjang ketrampilan dalam praktek membuat katalog produk online. Berikut ini adalah beberapa tahapan yang dilakukan:



1. Tahap Observasi

Tahap ini dilakukan sebelum dilaksanakannya kegiatan pengabdian yaitu dengan melakukan penelusuran dan tanya jawab dengan mitra. Sebagai salah satu metodologi, observasi bermakna sebagai bentuk pengamatan dan pencatatan fenomena-fenomena yang diamati secara sistematis (Ahmad et al., 2017). Peran mitra dalam hal ini adalah Grup RW.009 Lingkungan Perumahan Bukit Cemara Tidar Kota Malang sebagai narasumber. Tujuan kami melakukan wawancara dan investigasi yaitu untuk memastikan dan menawarkan solusi atas kendala yang ada, dengan mewawancarai Bapak dan Ibu RW. 009 beserta pengurus, selaku inisiator dari terbentuknya grup jual beli online RW. 009. Dari sinilah kami tindak lanjuti mengenai solusi yang akan kami berikan yaitu terkait dengan pelatihan pembuatan katalog produk berbasis digital.

2. Tahap Persiapan

Setelah observasi, langkah berikutnya adalah mempersiapkan data para pelaku usaha di grup jual beli online RW. 009. Profil usaha termasuk nama, alamat, jam operasional, kontak, produk, dan harga yang akan dimasukkan dalam katalog digital. Tim pengabdian masyarakat akan menyiapkan desain dari data yang telah terkumpul untuk katalog produk online.

3. Tahap Pelaksanaan

Pelatihan katalog berbasis digital untuk pemasaran online dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat pada tanggal 09 Juni 2024, bertempat di Balai RW.009 dengan jumlah 25 (dua puluh lima) peserta. Materi meliputi sosialisasi pemasaran digital, teknik foto produk, dan pelatihan pembuatan katalog. Peserta tidak hanya pelaku usaha tetapi juga konsumen di Grup Jual Beli Online RW. 009. Dilengkapi sesi tanya jawab untuk memastikan pemahaman peserta, menggunakan peralatan seperti hp, laptop, dan LCD projector untuk memudahkan penyampaian materi.

4. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk melihat efektivitas penggunaan katalog produk online oleh anggota grup jual beli RW. 009 Bukit Cemara Tidar Kota Malang. Kenaikan omset penjualan dapat menjadi indikator keberhasilan dalam pemasaran online. Mitra bertindak sebagai koordinator dalam monitoring dan evaluasi.

HASIL KEGIATAN

Memberikan pelatihan e-katalog bertujuan untuk menciptakan informasi produk secara lengkap, sehingga dapat membantu pelanggan dalam memahami produk yang dijual, dan mendukung pemasaran online. Dengan pemahaman atas pemasaran online, pelaku usaha UMKM di grup jual beli online dapat berkembang sebagai pusat kekuatan ekonomi di wilayahnya. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat terdiri dari rangkaian acara sebagai berikut:

Sosialisasi Pentingnya Pemasaran Online

Pemasaran Online atau biasanya disebut dengan pemasaran digital adalah kegiatan mempromosikan dan mengembangkan pasar melalui berbagai cara, melalui media digital online (Sulaksono, 2020). Pemasaran digital memudahkan pebisnis dalam memantau dan memenuhi segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Di sisi lain, calon konsumen juga dapat mencari dan memperoleh informasi produk hanya dengan berselancar di dunia maya sehingga memudahkan proses pencarian (Wardhana, 2015). Pemanfaatan digital marketing memberikan peluang kepada para pelaku usaha UMKM di grup jual beli online untuk dapat berkembang sebagai pusat kekuatan ekonomi di wilayahnya.

Materi tentang pemasaran online yang disosialisasikan pada kegiatan ini yaitu pemasaran online yang digunakan pada *platform WhatsApp*. Sosialisasi merupakan suatu proses yang membantu individu belajar dan beradaptasi dalam hidup dan berpikir dalam suatu kelompok sehingga dapat memenuhi peran dan fungsinya dalam kelompok (García Reyes, 2013). Hal ini disesuaikan dengan kondisi mitra, yang merupakan para pelaku usaha pada grup jual beli online di *WhatsApp*. Namun dalam pengaktualisasiannya nanti bisa digunakan pada platform digital manapun, karena materi yang diberikan lebih bersifat teknis secara umum. Materi pemasaran online yang diberikan meliputi: pengetahuan fitur pada platform digital yang akan digunakan bisnis online, tips menjadikan kontak/relasi menjadi pelanggan, jadwal untuk melakukan promosi online, persiapan untuk bahan promosi produk (foto

produk, foto profil dll), dan yang terakhir evaluasi bisnis. Berikut ini adalah foto kegiatan pemaparan materi pemasaran online.



Gambar 1. Sosialisasi Materi tentang Pemasaran Online

Pelatihan Teknik Pengambilan Foto Produk

Pada sesi kedua ini diisi dengan pelatihan pengambilan foto produk. Foto produk yang merupakan bahan untuk promosi adalah hal yang wajib untuk diperhatikan, khususnya dalam bisnis online. Fotografi produk merupakan bagian penting dalam kegiatan periklanan baik digital maupun tradisional, dan kegiatan tersebut menciptakan citra positif yang nantinya menggambarkan ciri khas produk UMKM (Febriyanti & Farida, 2023). Pelatihan foto produk yang dilakukan menggunakan bahan sederhana seperti kertas karton, kertas hvs, piring anyaman, dan bumbu dapur. Foto produk yang menarik dapat mempengaruhi 75% calon pembeli dalam keputusan pembelian online. Pelatihan ini disesuaikan untuk pelaku industri rumahan.



Gambar 2. Kegiatan Pengambilan Foto Produk

Pelatihan Pembuatan Katalog Produk Online

Pada sesi ketiga ini, diisi dengan pelatihan pembuatan katalog produk online. Pembuatan katalog produk online ini adalah solusi yang diberikan kepada mitra untuk mengatasi permasalahan yang ada pada grup jual beli online RW.009. Manfaat dari adanya e-katalog ini yakni dengan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas dan efisiensi, serta menghindari penyalahgunaan harga (Wijayanti et al., 2022). Hal ini tentunya dapat mendukung dalam pemasaran produk secara online.

Data yang diperlukan untuk membuat katalog produk online ini berasal dari data yang telah dikumpulkan oleh para pelaku usaha di tahap perencanaan. Terdapat 20 (dua puluh) data profil usaha yang terdiri dari berbagai jenis usaha mulai usaha kuliner, usaha jasa dan kebutuhan rumah tangga. Profil usaha yang diberikan tersebut berisikan nama dan bidang usaha, deskripsi produk dan harga yang dijual, serta identitas penjual. Data ini yang kemudian akan diolah oleh tim kegiatan pengabdian untuk dijadikan contoh pembuatan katalog produk online. Berikut ini adalah gambar kegiatan pembuatan katalog produk online.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Pembuatan E Katalog



Gambar 4. Hasil Pembuatan Katalog Produk Individu

Dalam pembuatan katalog produk online ini maka dihasilkan suatu produk pengabdian kepada masyarakat yaitu:

1. Katalog produk individu, berisi profil usaha dari masing-masing pelaku usaha di grup jual beli online RW. 009. Proses pembuatan katalog ini menggunakan aplikasi digital, yang dilakukan setelah tim menerima data profil usaha. Pelatihan yang diberikan kepada peserta yaitu terkait cara membuat desain produk. Setelah selesai, pelaku usaha hanya perlu membagikan gambar katalog saat memasarkan produk di grup RW. 009. Ini memudahkan pemasaran dengan informasi lengkap dan menarik bagi pelaku usaha dan konsumen, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 4.

2. Katalog produk jual beli online RW. 009 adalah gabungan beberapa produk dari masing-masing pelaku usaha di grup tersebut yang digabungkan menjadi satu menggunakan aplikasi digital. Tampilannya menyerupai buku/majalah dengan link untuk dibuka. Admin grup bisa menyematkan link di deskripsi grup WhatsApp. Calon konsumen bisa langsung melihat produk melalui link tersebut. Dengan adanya katalog ini lebih memudahkan calon konsumen dalam mencari produk yang dibutuhkan.

Kegiatan Evaluasi

Evaluasi dalam pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan menganalisis faktor pendukung dan penghambat guna menentukan metode yang tepat dalam melaksanakan pelatihan. Aspek lain yang dinilai dalam kegiatan pengabdian ini antara lain efektivitas, keakuratan, dan kegunaan pelatihan untuk meningkatkan pembelian dan pemasaran online kelompok penjualan.

1. Evaluasi selama melakukan kegiatan, dilakukan sebagai berikut:

- a) Menilai kehadiran peserta dan kesiapan tempat, ketersediaan bahan, peralatan, dan tata ruang.
- b) Menilai hambatan, baik masalah penyampaian materi maupun masalah teknis.
- c) Evaluasi kesesuaian materi yang disediakan.
- d) Menilai kemampuan peserta dalam menerima atau menyerap konten.
- e) Tanya jawab mengenai materi yang disampaikan pada saat kegiatan.

2. Evaluasi setelah kegiatan dilakukan sebagai berikut:

Pengisian kuisioner oleh para peserta, yang berisikan penilaian atas kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan. Indikator penilaian yang ada pada kuisioner merupakan penjabaran dari evaluasi selama kegiatan berlangsung. Selain itu juga, evaluasi kondisi mitra yang berupa perbandingan kondisi mitra sebelum dan sesudah adanya kegiatan pengabdian masyarakat. Tabel 1 berikut ini merupakan bentuk evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

Tabel 1. Hasil Kuesioner Kepuasan Mitra

Indikator	Hasil
Kegiatan yang dilaksanakan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi mitra	Sangat Setuju: 14, Setuju: 11, Tidak Setuju: 0
Anggota tim yang terlibat dalam kegiatan, aktif dalam memberikan bantuan	Sangat Setuju: 6, Setuju: 11, Tidak Setuju: 8
Penjelasan yang diberikan oleh tim cukup jelas dan mudah dimengerti	Sangat Setuju: 12, Setuju: 8, Tidak Setuju: 5
Secara keseluruhan mitra merasakan kepuasan atas kegiatan yang telah dilaksanakan	Sangat Setuju: 8, Setuju: 17, Tidak Setuju: 0

Kuesioner hasil kepuasan mitra yang ada pada Tabel 1 tersebut terdiri dari 4 (empat) indikator yang berhubungan dengan kinerja tim selama pelaksanaan

kegiatan. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 25 (dua puluh lima) peserta yang hadir pada saat pelaksanaan kegiatan, 85% (delapan puluh lima persen) merasa puas atas pelaksanaan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, dapat dilihat pada banyaknya para peserta yang mengisikan pada kolom Sangat Setuju dan Setuju dibandingkan dengan Tidak Setuju. Setelah di evaluasi lebih lanjut, dari beberapa peserta yang mengisikan TS pada kuisioner tersebut adalah para peserta yang rata-rata berusia senja yang merasa terkendala karena materi yang dibahas berhubungan dengan teknologi, sehingga mereka kurang bisa memahami dengan bagus.

Katalog produk online yang dihasilkan dalam pengabdian kepada masyarakat ini dapat mempunyai manfaat yaitu dapat mengatasi kendala yang dihadapi mitra Grup Jual Beli Online RW.009 selama ini, dengan adanya katalog produk online ini menjadi lebih rapi, menarik dan informatif. Para konsumen ketika ingin mencari produk yang dibutuhkannya bisa langsung melihat katalog produk online yang ada dalam Grup Jual Beli Online RW.009 tersebut. Dapat meningkatkan level pemberdayaan masyarakat, dengan adanya pengetahuan pembuatan katalog produk online guna mendukung pemasaran ini, para pelaku usaha bisa mengaplikasikannya tidak hanya pada lingkup platform whatsapp saja, tapi juga bisa pada platform yang lainnya. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan level pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam hal jual beli secara online.

Tercapainya tujuan dari kegiatan pengabdian ini memang belum nampak secara instan, namun melihat semangat para pelaku usaha yang hadir pada saat pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat diyakini akan berproses secara bertahap. Dalam pelaksanaan kegiatan ini terdapat beberapa hambatan yaitu kurangnya pengetahuan terhadap teknologi khususnya bagi anggota grup yang sudah berumur, menimbulkan kesulitan untuk mengakses katalog produk tersebut. Selain itu, varian produk yang dijual seringkali mengalami perubahan baik penambahan produk yang dijual atau pengurangan produk, penambahan anggota grup yang membuka usaha baru atau justru sebaliknya, hal ini akan berdampak pada perubahan katalog produk yang sudah dibuat. Adapun faktor pendorong dari kelancaran kegiatan ini adalah minat dan semangat para peserta dalam mengikuti kegiatan sampai selesai, serta peran Bapak, Ibu serta Pengurus RW.009 yang sangat mendukung kegiatan dengan memberi izin serta menyediakan tempat dan peralatan pendukung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan pembuatan katalog online untuk grup jual beli menyertakan strategi pemasaran online, teknik pengambilan foto produk, dan pembuatan katalog. Materi disertai diskusi tentang strategi pemasaran online untuk meningkatkan penjualan. Hasilnya adalah katalog online yang dapat digunakan oleh grup jual beli online, serta para pelaku usaha dalam memasarkan produknya dengan lebih profesional dan menarik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi atas bantuan pendanaan yang telah diberikan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar. Selanjutnya terima kasih tim sampaikan kepada para pelaku usaha online yang tergabung pada grup jual beli RW.009 Bukit Cemara Tidar Kota Malang beserta para pengurus dan perangkat RW.009, yang telah bersedia untuk menjadi mitra dalam rangka kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K., Yakin, A., Ag, S., Pd, M., Mahoya, A. A., Ip, S., Penelitian, L., & Pengabdian, D. A. N. (2017). (*Dalam Rangka Pelaksanaan Program KKN*) Penyusun :
- Albi, F. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–51.
- 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(02), 1970–1981. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/5794>
- Febriyanti, T., & Farida, S. N. (2023). Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Karang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 20–27. <https://ejurnal.stpkat.ac.id/index.php/jpkm/article/view/168/166>
- García Reyes, L. E. (2013). Tipologi Partisipasi Politik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. [https://eprints.uny.ac.id/23755/4/4.BAB II.pdf](https://eprints.uny.ac.id/23755/4/4.BAB%20II.pdf)
- Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Hilmi, M. I. (2022). Konsep Pendidikan Masyarakat. *Modul Konsep Pendidikan Masyarakat*, 4(20), 147–173.
- Mansir, F., & Purnomo, H. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid-19 di UMKM Panggungharjo Sewon Bantul. *Abdimas Singkerru*, 1(1), 39-50.
- Praditya, A. (2019). Pengaruh media sosial dan komunikasi bisnis terhadap perkembangan bisnis online shop. *Jurnal Semarak*, 2(1), 31-43.
- (Purbohastuti, Efektivitas Media Sosial sebagai Media Promosi, 2017)

- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Supriyadi, S., Suryani, I., Christian, A., & Rusdi, I. (2023). Pelatihan Desain Katalog Produk Sebagai Media Promosi Pada UMKM Warga Panjibuwono Bekasi. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 371-376.
- Supriyani, N. (2019). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online Shop Pada Online Shop Antler MakeUp-@ antler. makeup.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.
- Wijayanti, R. R., Ardhiarisca, O., Rediyanto, C. T., Kembang, S., & Sumber, T. (2022). *Peningkatan Pemasaran Produk Melalui Pelatihan e-Katalog dan Peningkatan Kesadaran Kesehatan Lingkungan Kerja di Kelompok Tani Kopi Sumber Kembang Increasing Product Marketing Through e-Catalog Training and Increasing Work Environment Health Awareness in* . 7(3), 456–460.