

Pelatihan Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat Secara *Online* bagi UMKM

Nurfaedah¹

¹STIE YPUP Makassar

email: nurfaedahypup67@gmail.com

Info Artikel :

Diterima :

27-02-2024

Disetujui :

18-03-2024

Dipublikasikan :

31-03-2024

ABSTRAK

Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran produk dan layanan semakin penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar tetap bersaing dan berkembang. Seiring pergeseran perilaku konsumen ke platform digital, UMKM perlu mengadaptasi strategi pemasaran agar relevan. Salah satu strategi efektif adalah iklan layanan masyarakat *online*, memberikan UMKM peluang memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan situs web untuk menciptakan iklan menarik. Meski peluang pemasaran digital terbuka, masih banyak UMKM yang perlu memahami potensi strategi ini. Digital marketing memungkinkan memperkenalkan produk secara luas dan menarik minat konsumen. Iklan Layanan Masyarakat (ILM) berfungsi meningkatkan kesadaran sosial, tidak hanya keuntungan ekonomi. Kemajuan media sosial juga memperluas peluang pemasaran UMKM. Namun, masih kurangnya kesadaran tentang digital marketing, sehingga pelatihan menjadi langkah proaktif. Penting bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi dan media sosial, serta mendapatkan sertifikasi kompetensi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Pemanfaatan sosial media memberikan kenyamanan bagi konsumen dan berpotensi meningkatkan laba UMKM. Dengan demikian, pelatihan pembuatan iklan layanan masyarakat secara *online* memberikan pemahaman, keterampilan, dan sertifikasi yang berdampak positif pada pertumbuhan UMKM dan ekonomi lokal secara keseluruhan.

Kata Kunci: Layanan masyarakat, UMKM, *Online*, Pelatihan, Pembuatan iklan.

ABSTRACT

In the evolving digital era, marketing products and services have become increasingly crucial for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to remain competitive and grow. With the shift in consumer behavior towards digital platforms, MSMEs need to adapt their marketing strategies to stay relevant. One effective strategy is online public service advertising, offering MSMEs the opportunity to leverage digital platforms such as social media and websites to create appealing advertisements. Despite the open opportunities in digital marketing, many MSMEs still need to grasp the potential of this strategy. Digital marketing enables broad product introductions and captures consumer interest. Public Service Advertising (PSA) serves to enhance social awareness, beyond economic gains. The advancement of social media also expands MSMEs' marketing opportunities. However, there remains a lack of awareness about digital marketing, making training a proactive step. It is crucial for MSMEs to utilize technology and social media, as well as obtain competency certifications to enhance consumer trust. The utilization of social media provides convenience for consumers and has the potential to increase MSMEs' profits. Thus, training in online public service advertising provides understanding, skills, and certifications that positively impact the growth of MSMEs and the local economy as a whole.

Keywords: Advertisement creation, Community service, Online, SMEs (Small and Medium Enterprises), Training,.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Sabajaya Publisher. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Di tengah pertumbuhan terus-menerus era digital, strategi pemasaran dan promosi produk atau layanan menjadi semakin vital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perubahan ini menandai pentingnya beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren konsumen untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan platform digital dan alat pemasaran

online, UMKM memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan.

Selain itu, mereka juga dapat memanfaatkan analisis data untuk memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka secara lebih efektif. Dengan demikian, investasi dalam pemasaran digital dapat menjadi langkah penting bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan pertumbuhan bisnis mereka di era digital ini. Untuk tetap bersaing dan berkembang. Seiring dengan pergeseran perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital, UMKM perlu mengadaptasi strategi pemasaran mereka agar relevan dengan tren saat ini. Salah satu strategi yang terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas adalah melalui pembuatan iklan layanan masyarakat secara *online*. Melalui pelatihan ini, UMKM diberikan kesempatan untuk memanfaatkan platform digital yang luas dan beragam, seperti media sosial, situs web, dan aplikasi berbasis internet, dalam menciptakan iklan yang menarik dan memikat bagi audiens mereka.

Dengan akses internet yang semakin mudah dan penetrasi *smartphone* yang tinggi, peluang bagi UMKM untuk terlibat dalam pemasaran digital semakin terbuka lebar. Namun, masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memahami potensi dan manfaat yang bisa diperoleh dari pelaksanaan strategi pemasaran digital, terutama dalam pembuatan iklan layanan masyarakat. Oleh karena itu, pelatihan ini menjadi langkah proaktif bagi UMKM untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang penggunaan platform digital sebagai alat pemasaran yang efektif.

Pemasaran digital, yang sering disebut sebagai pemasaran digital, mencakup serangkaian strategi yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan menggunakan media digital dengan tujuan memperluas jangkauan konsumen. Di era ini, pemasaran digital telah menjadi kunci bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Melalui berbagai platform *online* seperti situs web, blog, dan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Line*, UMKM dapat menjalin hubungan langsung dengan calon konsumen.

Selain itu, pemasaran digital memungkinkan interaksi yang lebih personal dan terarah, memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan pesan mereka sesuai dengan preferensi dan perilaku konsumen. Dengan memahami kekuatan dan fitur unik dari masing-masing platform digital, UMKM dapat mengoptimalkan upaya pemasaran mereka untuk mencapai tujuan bisnis mereka dengan lebih efektif. Manfaat dari teknik digital marketing sangat signifikan, yaitu untuk memperkenalkan produk atau layanan perusahaan kepada masyarakat umum, menawarkan dan memasarkan produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga menarik minat konsumen terhadap penawaran yang diberikan. (Farida., dkk 2022).

Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah jenis iklan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan sosial dengan tujuan menggerakkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang dihadapi, yang dapat mengancam kesejahteraan umum. ILM bertujuan untuk mengajak dan mengimbau masyarakat agar memahami, menyadari, serta turut berpartisipasi dalam pemecahan masalah tersebut, sehingga mereka tidak terjerumus atau terpengaruh negatif oleh permasalahan tersebut. Dalam konteks pemasaran sosial, ILM sering juga disebut sebagai *Public Service Announcement* (PSA). ILM tidak hanya bertujuan untuk mencapai keuntungan ekonomi, tetapi lebih pada pencapaian keuntungan sosial, seperti peningkatan pengetahuan, kesadaran, sikap, dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan. Fungsi-fungsi utama dari iklan, seperti informasi, persuasi, dan pengingat, juga berlaku dalam konteks ILM. Di negara-negara maju, ILM telah digunakan sebagai alat untuk mengatasi masalah-masalah yang berkaitan dengan kebiasaan masyarakat atau perubahan nilai, dengan tujuan menggerakkan solidaritas masyarakat dalam menghadapi masalah yang dapat mengganggu keselarasan dan kehidupan umum. (Istianah., dkk 2021).

Ruang dinamis media sosial melampaui interaksi sosial biasa; ia berfungsi sebagai instrumen penting untuk bisnis dan pemasaran, yang dikenal sebagai pemasaran digital. Pendekatan ini memanfaatkan platform seperti media sosial, situs web, dan televisi digital berbasis internet, menawarkan keuntungan signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), digital marketing menjadi solusi yang tepat untuk memperluas jaringan pemasaran secara luas. Penggunaan teknologi dan media sosial di era digital memberikan peluang untuk mempromosikan usaha dengan lebih efektif. Seiring dengan pergeseran bisnis dari model konvensional ke digital, terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna internet di Indonesia.

Masih merupakan permasalahan di masyarakat, khususnya bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), adalah kurangnya kesadaran akan pentingnya memahami dan menggunakan layanan iklan *online* sebagai alat untuk mengembangkan bisnis mereka. Namun, Di era digital ini, memanfaatkan teknologi dan media sosial adalah cara promosi yang efektif, terutama bagi para pelaku UMKM, penting untuk beradaptasi teknologi saat ini dan menggunakan peluang yang tersedia, seperti digitalisasi bisnis dengan menggunakan alat pencari kata kunci, tren *Google*, dan iklan *Facebook*. Selain itu, kesadaran akan pentingnya sertifikasi kompetensi juga diperlukan sebagai bentuk kepercayaan terhadap keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para pelaku usaha. Saat ini, masih sedikit pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikasi kompetensi yang sesuai dengan bidang usahanya.

Pemanfaatan layanan iklan dalam digital *marketing*, kenyamanan konsumen dan efisiensi transaksi melalui media sosial menjadi keunggulan. Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran adalah kunci pertumbuhan UMKM, dengan strategi *online* yang berdampak positif pada profitabilitas mereka. Di era digital, masyarakat didorong untuk memahami iklan di *Facebook Ads*, pencarian informasi bisnis melalui *Keyword Tool*, dan mengikuti tren di *Google Trend* untuk mencapai target konsumen yang tepat. Namun, pemahaman tentang *Mindset* Digital Marketing masih kurang, yang penting untuk keberhasilan Digital Marketing. Ada lima prinsip dasar dalam Digital Marketing yang bisa diterapkan oleh pelaku bisnis, seperti tujuan, strategi, produk, riset, dan modal bisnis.

Tidak semua UMKM di Indonesia mampu beralih ke pemasaran digital. UMKM perlu memilih dengan Memilih platform media sosial yang sesuai dengan audiens mereka untuk mencapai tujuan pemasaran yang ditetapkan. Masih terdapat kesadaran yang kurang dari masyarakat atau pengusaha terkait pemanfaatan media digital dalam pengembangan bisnis. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan pembuatan iklan layanan masyarakat secara *online* bagi UMKM untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pelaku usaha, sehingga mereka dapat menerapkan digitalisasi pemasaran dalam bisnis mereka. Tujuan dari pelatihan ini adalah mendukung perkembangan UMKM serta memberikan masukan bagi pelaku usaha dalam menerapkan digital marketing dalam proses bisnis mereka. (Putri., dkk 2022).

METODE PELATIHAN

Pelatihan pembuatan iklan layanan masyarakat secara *online* bagi UMKM berlangsung selama satu hari yang dilaksanakan secara *online*. Sasaran peserta pelatihan ini meliputi masyarakat umum dan pengusaha UMKM di kota tangerang. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman mereka dalam pemasaran digital, sehingga mereka dapat lebih efektif menggunakan platform-platform digital untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan Untuk membantu peserta mendapatkan sertifikasi dalam bidang pemasaran digital. Dengan sertifikasi ini, mereka dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara *online*. Ini juga memberikan peserta keuntungan kompetitif dalam industri yang semakin terhubung secara digital, memungkinkan mereka untuk bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis, tetapi juga membuka peluang bagi peserta untuk mengembangkan karier dan bisnis mereka di dunia digital yang terus berkembang. Total peserta yang mengikuti pelatihan ini berjumlah 22 orang.

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini mencakup pendekatan yang umum di dunia pendidikan, di mana tujuan utamanya adalah untuk memperluas pengetahuan dan meningkatkan keterampilan peserta. Selain memberikan pelatihan langsung, peserta juga diberi pemahaman tentang perdagangan *online*, termasuk manfaatnya, langkah-langkah yang diperlukan, dan peralatan yang dibutuhkan. Di samping itu, peserta juga akan menerima instruksi tentang cara membuat konten promosi yang efektif dan menciptakan akun media sosial sebagai alat promosi di platform *online*. Materi pelatihan disampaikan melalui tutorial yang mendalam tentang cara membuat konten yang menarik dan relevan bagi audiens *online* mereka.

Lebih lanjut, pelatihan ini tidak hanya memberikan peserta pengetahuan praktis tentang bagaimana menggunakan platform digital, tetapi juga memperkuat pemahaman mereka tentang strategi perdagangan *online* secara umum. Melalui pemahaman yang lebih dalam tentang pembuatan konten yang menarik dan promosi melalui media sosial, peserta diharapkan dapat memanfaatkan teknik-teknik ini untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka dan meningkatkan visibilitas merek mereka secara

online. Dengan demikian, pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan peserta dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berhasil dalam lingkungan pemasaran digital yang kompetitif.

Untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan dan pencapaian tujuan yang diharapkan, perlu dilakukan analisis. Analisis dilakukan dengan mengukur peningkatan pengetahuan peserta melalui tes sebelum dan setelah pelatihan (*pre-test* dan *post-test*) tentang marketing *online* (promosi *online*). Selain itu, partisipasi peserta juga menjadi indikator efektivitas, baik dalam kehadiran selama pelatihan maupun dalam partisipasi aktif dalam diskusi dengan mengajukan pertanyaan. Peningkatan keterampilan peserta dapat diamati lebih lanjut ketika mereka mulai membuat akun media sosial dan menghasilkan konten yang relevan dan menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan diikuti oleh 22 peserta dari berbagai kalangan masyarakat umum dan pelaku UMKM di Tangerang. Partisipasi yang cukup baik menunjukkan minat dan kebutuhan akan pemahaman yang lebih dalam mengenai pembuatan iklan layanan masyarakat secara *online*. Peserta pelatihan tidak hanya diberikan pengantar umum, namun mereka juga mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konsep dan teknik pembuatan iklan layanan masyarakat secara *online*. Materi yang disampaikan selama pelatihan mencakup berbagai aspek yang penting, seperti pemahaman tentang audiens yang dituju, kreativitas dalam konten iklan, teknik desain grafis yang menarik, dan strategi promosi *online* yang efektif. Hal ini memberikan peserta landasan yang kuat untuk mengembangkan iklan yang relevan dan menarik bagi target pasar mereka.

Selain peningkatan pengetahuan dan keterampilan, pelatihan ini juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk mendapatkan sertifikasi dalam digital marketing. Dengan sertifikasi ini, pelaku UMKM dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap kemampuan mereka dalam memasarkan produk atau layanan secara *online*. Ini juga dapat membantu mereka membedakan diri dari pesaing dan menarik lebih banyak pelanggan potensial. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis, tetapi juga memberikan dorongan penting bagi pengembangan karier dan bisnis peserta di dunia digital yang semakin berkembang pesat.

Pelatihan pembuatan iklan layanan masyarakat secara *online* bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu inisiatif yang tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada peserta, tetapi juga memiliki implikasi yang luas dan manfaat yang signifikan. Dengan pelatihan ini, UMKM dapat meningkatkan keberdayaan mereka dalam pasar digital dengan memahami konsep dan keterampilan dalam pembuatan iklan *online*. Mereka dapat menciptakan iklan yang lebih menarik dan efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan visibilitas produk atau layanan mereka dan pada akhirnya, meningkatkan penjualan.

Selain itu, pelatihan ini mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dan media sosial sebagai alat pemasaran. Dengan memahami cara menggunakan platform *online*, mereka dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk promosi konvensional. Hal ini memungkinkan UMKM untuk bersaing secara efektif dalam pasar yang semakin terhubung secara digital. Pelatihan juga memberdayakan masyarakat umum, terutama bagi mereka yang ingin memulai usaha kecil atau menengah. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh, individu-individu tersebut memiliki kesempatan untuk menjadi lebih mandiri secara ekonomi dan meningkatkan taraf hidup mereka dengan memanfaatkan potensi pemasaran *online*.

Dengan kemampuan baru dalam pemasaran *online*, UMKM dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas, menarik lebih banyak pelanggan, dan pada gilirannya, membuka peluang baru dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat secara keseluruhan.

Oleh karena itu, pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi peserta, tetapi juga memiliki dampak positif yang lebih luas dalam mendukung pertumbuhan dan pembangunan ekonomi lokal serta pemberdayaan masyarakat secara keseluruhan.



Gambar 1. Contoh Pelatihan Layanan Iklan *Online*



Gambar 2. Dokumentasi Pelatihan Layanan Iklan

KESIMPULAN

Pelatihan iklan layanan masyarakat secara *online* menjadi landasan penting bagi UMKM dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital ini. Dengan pelatihan ini, UMKM tidak hanya diberi pemahaman tentang konsep dan teknik pembuatan iklan *online*, tetapi juga diajarkan cara efektif mengoptimalkan berbagai platform digital. Dari media sosial hingga situs web, UMKM diajarkan untuk menggunakan alat ini dengan bijak guna menciptakan iklan yang menarik dan relevan bagi audiens mereka.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pemahaman masyarakat dalam pemasaran digital serta membantu mereka meraih sertifikasi yang relevan. Berdasarkan evaluasi, pelatihan berjalan lancar dengan partisipasi 22 peserta. Dari jumlah tersebut, 17 peserta berhasil lulus ujian dan memperoleh sertifikat, sedangkan 3 peserta lainnya tidak lulus karena tidak mengikuti ujian. Hal ini menyulitkan assessor dalam menilai mereka.

Terkait dengan peningkatan pemahaman mengenai iklan layanan masyarakat, pelatihan ini memberikan landasan yang kokoh bagi UMKM untuk memanfaatkan potensi pasar *online*. Meskipun banyak yang belum sepenuhnya memahami manfaat pemasaran digital, pelatihan ini memberi mereka kesempatan untuk memperluas pengetahuan mereka dan memperbaiki keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi ini secara efektif. Selain itu, pelatihan ini juga menyoroti pentingnya sertifikasi kompetensi dalam digital marketing. Dengan sertifikasi ini, UMKM dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap kemampuan mereka dalam memasarkan produk atau layanan

secara *online*. Ini tidak hanya membantu mereka bersaing dengan lebih baik di pasar digital, tetapi juga membuka peluang untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar.

Sebagai saran untuk masa depan, sangat penting untuk melakukan lebih lanjut mengenai motivasi peserta dalam mengikuti sesi pelatihan. Dengan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang apa yang mendorong peserta untuk terlibat dalam aktivitas tersebut, penyelenggara dapat mempertimbangkan apa yang seharusnya disediakan dan diintegrasikan dalam acara serupa untuk kesempatan di masa depan. Informasi ini dapat membantu dalam merancang program yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan peserta, sehingga meningkatkan efektivitas keseluruhan dari pelatihan tersebut.

Selain itu, berbagai aspek perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi pelatihan. Lokasi yang tepat dapat mengurangi gangguan potensial selama pelatihan, seperti kebisingan eksternal atau ketidaknyamanan dari lingkungan sekitar agar pemateri dapat fokus dan terhindar dari suara kebisingan untuk menjelaskan materi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92.
- Anggoro, D., Hasugian, H., & Noviyanti. (2020). Implementasi Digital Marketing pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(3), 384–391.
- Arifin, Y. T., Malau, Y., Irnawati, O., & Watmah, S. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Menarik Untuk Iklan Produk Pada UMKM Pabuaran. *Jurnal Pengabdian Kreatif Cemerlang Indonesia*, 1(1), 1-8.
- Evanita, E., & Khotimah, T. (2022). Pelatihan Pemasaran *Online* Berbasis Marketplace Dalam Menghadapi Era New Normal. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*, 4(2), 86-91.
- Farida, F., Wahyudi, D., & Jamain, T. H. (2022). Pelatihan Promosi *Online* bagi UMKM Penjual Tanaman Hias. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 797-805.
- Farida, F., Wahyudi, D., & Jamain, T. H. (2022). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Penjual Tanaman Hias Di Kecamatan Cipayung Kota Depok—Jawa Barat. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(1), 21–31.
- Hakim, L. (2019). Pelatihan Pemasaran *Online* Berbasis Marketplace Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 74-91.
- Harahap, B., Hasibuan, E. H., Rambe, A., Singarimbun, R. N., & Syahputra, D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Pada Masa Pandemi Covid-19 di Masjid Muhammad Jayak. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 22-29.
- Istianah, R., Agnesa, M., & Christine, E. Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Promosi Umkm Sukabumi Di Media Sosial. *Jurnal Dasarupa*, Vol 3 No 2, 33-41.
- Melatnebar, B., & Kurniawan, K. (2021). Pelatihan Penggunaan Marketplace *Online* Kepada Pemuda Pemudi Di Kelurahan Kotabumi Sebagai Strategi Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi. *URGensi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(2), 1-8.
- Mulyantomo, E., Sulistyawati, A. I., & Triyani, D. (2021). Pelatihan pemasaran *online* dan digital branding dimasa pandemi covid-19 bagi pelaku UMKM di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. *TEMATIK*, 3(2).
- Muniroh, L., & Yudhawati, D. (2017). Pelatihan Pemasaran Secara *Online* Pada UMKM Tas Di Bojong Rangkas Ciampea Kabupaten Bogor. *Prosiding Lppm Uika Bogor*, 75-82.
- Mustofa, D., Nurfaizal, Y., Innolda, D., & Al Azhar, N. (2021). Pelatihan Penggunaan Marketplace sebagai Media Pemasaran *Online* di Paguyuban Tanaman Hias Desa Ciberem untuk Memperluas Pemasaran di Era Pandemi. *ABDITEKNIKA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 45–49.
- Nurkamid, M., & Latubessy, A. (2022). Pelatihan Pengolahan Limbah Tutup Botol Plastik dan Sosialisasi Digital Marketing di UKM Craft Pati. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*, 4(1).

- Permatasari, M. P., & Endriastuti, A. (2020). Pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran bagi UMKM di Kecamatan Kedungpring, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(1), 91-99.
- Pratiwi, D., Purwanto, I., Shofiati, R., Ningsih, Y., Azamy, M., & Aulia, T. (2022). Pemanfaatan Animatron untuk Pembuatan Iklan Animasi bagi Para Pelaku UMKM di Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 11-22.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., ... & Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828-839.
- Widjaja, W., Syahril, L. M., Sudi, M., & Hamidah, E. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran *Online* dalam Meningkatkan Brand Awareness di UMKM. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 180-187.