Jurnal
Pengabdian
Teknologi Tepat Guna
Vol. 6, No. 3, November, 2025, pp. 310-318
https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/TTG/

Transformasi Pemasaran Produk Kerajinan Bordir : Pendampingan Teknologi Digital untuk Perluasan Pasar dan Peningkatan Omzet UMKM Di Desa Mangga Dua Kabupaten Serdang Bedagai

Winsyahputra Ritonga[1], Muhammad Aswin Rangkuti[2], Mukti Hamjah Harahap[3], Gamal Kartono[4], Deo Demonta Panggabean[5*], Dedy Husrizal Syah[6]

Korespodensi Deo Demonta Panggabean

[1] Fisika, Fakultas MIPA, Universitas Negeri Medan
E-mail: winsyahputra@unimed.ac.id
[2] Pendidikan Fisika, Fakultas MIPA, Universitas Negeri Medan
E-mail: aswin_ray@unimed.ac.id
[3] Fisika, Fakultas MIPA, Universitas Negeri Medan
E-mail: mhfis08@gmail.com
[4] Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa & Seni, Universitas Negeri Medan
E-mail: gmalkart@gmail.com
[5] Pendidikan Fisika, Fakultas MIPA, Universitas Negeri Medan
E-mail: deo.panggabean@unimed.ac.id
[6] Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan
E-mail: desra@unimed.ac.id

dikirim: 27 Oktober 2025 diterima: 30 Oktober 2025 dipublikasikan: 07 Nopember 2025

DOI: https://doi.org/10.47942/jpttg.v6i3.2167

Abstrak*:* Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing pengrajin bordir di Desa Mangga Dua melalui implementasi sistem pemasaran digital dan penerapan manajemen usaha modern. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan partisipatif kepada 60 kepala keluarga pengrajin bordir selama 8 bulan (Maret-Oktober 2025). Kegiatan mencakup pengembangan sistem pemasaran online, pelatihan manajemen usaha dan pembukuan sederhana, serta penyediaan alat packaging modern. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam adopsi teknologi digital dengan 78,3% peserta berhasil mengoperasikan platform pemasaran online dan 85% menerapkan sistem pembukuan sederhana. Implementasi sistem pemasaran digital berhasil memperluas jangkauan pasar hingga luar Sumatera, dengan peningkatan rata-rata volume penjualan sebesar 52,3%. Pendapatan pengrajin meningkat rata-rata 43,8% per bulan. Program ini terbukti efektif dalam mentransformasi sistem usaha tradisional menjadi modern berbasis teknologi, sehingga dapat direkomendasikan untuk pengembangan industri kerajinan tradisional di wilayah lain.

Kata Kunci: pengabdian, teknologi, tepat, guna

Abstract*: This community service program aims to enhance the competitiveness of embroidery artisans in Mangga Dua Village through the implementation of a digital marketing system and modern business management. The method used was participatory training and mentoring for 60 embroiderer household heads over 8 months (March-October*

Jurnal
Pengabdian
Teknologi Tepat Guna
Vol. 6, No. 3, November, 2025, pp. 310-318
https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/TTG/

2025). The activities included developing an online marketing system, providing training on business management and simple bookkeeping, and supplying modern packaging tools. The results show a significant increase in the adoption of digital technology, with 78.3% of participants successfully operating online marketing platforms and 85% implementing a simple bookkeeping system. The implementation of the digital marketing system successfully expanded the market reach to areas outside of Sumatra, with an average sales volume increase of 52.3%. The artisans' average monthly income also increased by 43.8%. This program has proven effective in transforming traditional business systems into modern, technology-based ones and can therefore be recommended for the development of traditional craft industries in other regions.

Keywords: *dedication, technology, application, used*

Pendahuluan

Era digital telah mengubah paradigma bisnis secara fundamental, termasuk dalam industri kerajinan tradisional (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017; Rokhmania, Harsono, Lutfi, Poerwanti, & Belinda, 2022). Transformasi ini menuntut pelaku usaha kerajinan untuk beradaptasi dengan teknologi digital guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Febriantoro, 2018; Napitu, Sriwiyanti, Batubara, Hutajulu, & Sitorus, 2023). Kerajinan bordir sebagai salah satu warisan budaya Indonesia memiliki potensi ekonomi yang besar, namun menghadapi tantangan dalam pemasaran dan manajemen usaha modern (Sudaryanto & Wijayanti, 2020; Utami, Afif, & Mujib, 2022; Wibowo & Yulianto, 2025).

Desa Mangga Dua merupakan salah satu sentra kerajinan bordir yang berada di Kabupaten Serdang Bedagai, Kecamatan Tanjung Beringin, dengan 60 kepala keluarga yang berprofesi sebagai pengrajin. Desa ini terdiri dari 4 dusun yang dihuni oleh 1.106 kepala keluarga dengan mayoritas penduduk bersuku Jawa dan sebagian kecil bersuku Melayu. Para pengrajin memproduksi berbagai produk bordir seperti taplak meja, baju koko, mukena, dan souvenir yang terbuat dari kain perca. Kelompok Usaha Mitra MJ Bordir adalah salah satu kelompok usaha bordir yang telah mendapat pembinaan dari Universitas Negeri Medan sejak tahun 2016. Pemasaran produk mitra tidak hanya dilakukan di Sumatera Utara, tetapi juga sudah menjangkau Kalimantan. Keberhasilan ini mengindikasikan potensi besar yang dapat dikembangkan melalui implementasi sistem pemasaran yang lebih luas dan modern (Akbar, Yetti, Rahmayani, Nurbit, & Yelmi, 2023).

Berdasarkan hasil Focus Group Discussion dengan Kepala Desa, Kelompok Usaha Mitra MJ Bordir, dan pengrajin bordir di sekitar wilayah tersebut, terdapat berbagai kendala dalam pengembangan usaha. Permasalahan utama meliputi sistem pemasaran yang masih tradisional dan terbatas pada wilayah lokal, manajemen usaha yang belum menerapkan prinsip-prinsip bisnis modern, serta ketiadaan sistem pembukuan sederhana yang terstandar (Hendrayani, Febrianti, & Anwar, 2021; Kartika, Dewi, Perbiani, & Nopiyani, 2023). Kondisi ini diperparah dengan persaingan yang tidak sehat antar pengrajin akibat tidak adanya sistem pemasaran yang terorganisir dan transparan. Para pengrajin juga mengalami kesulitan dalam

Jurnal
Pengabdian
Teknologi Tepat Guna
Vol. 6, No. 3, November, 2025, pp. 310-318
https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/TTG/

mengakses pasar yang lebih luas karena keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap teknologi pemasaran digital (Wardhana, 2015; Murtadho, Eriyani, Anwar, Haikal, & Azmuna, 2023). Akibatnya, potensi ekonomi besar dari kerajinan bordir tidak dapat dioptimalkan secara maksimal.

Kepala Desa memiliki komitmen kuat untuk mengembangkan Desa Mangga Dua menjadi sentra kerajinan bordir yang modern dan kompetitif. Visi ini telah diintegrasikan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa sebagai prioritas pembangunan ekonomi masyarakat. Untuk mewujudkan visi tersebut, diperlukan intervensi yang sistematis dalam bentuk pelatihan dan pendampingan untuk implementasi teknologi pemasaran digital dan sistem manajemen usaha modern (Maulana & Susilo, 2022; Listya & Purnamasari, 2024).

Berdasarkan Technology Acceptance Model yang dikembangkan oleh Davis (1989), adopsi teknologi digital dalam usaha mikro dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan yang dirasakan pengguna. Penelitian Hidayat dan Nugroho (2021) menunjukkan bahwa implementasi sistem pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional usaha UMKM di Indonesia. Transformasi digital pada UMKM dapat meningkatkan kinerja bisnis secara signifikan melalui pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce (Rahmawati, Siregar, & Nasution, 2020; Sindi & Wafa, 2023).

Pengabdian masyarakat melalui pendampingan teknologi digital terbukti efektif meningkatkan kapasitas UMKM seperti yang dilaporkan dalam Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna (Setyawan, Winarno, & Kusuma, 2022; Wilujeng, Wahyudi, Zutiasari, Putri, & Rahayu, 2023). WhatsApp Business sebagai platform pemasaran digital terbukti efektif untuk UMKM di Indonesia karena tingkat penetrasi dan familiaritas yang tinggi (Sari, Wibowo, & Prasetyo, 2021; Fahurian, Yunita, Zuhri, & Hartanto, 2024). Pengembangan kapasitas melalui pelatihan dan pendampingan merupakan strategi efektif dalam meningkatkan kompetensi digital UMKM (Rochman & Iskandar, 2019; Astuti & Mardayanti, 2022).

Sistem manajemen keuangan yang baik menjadi kunci keberlanjutan usaha mikro, khususnya dalam konteks industri kerajinan tradisional (Fitriani, Sudrajat, & Muslihat, 2020; Utami & Yuliyanti, 2024). Penelitian Pradiani (2017) menunjukkan bahwa literasi digital berkorelasi positif dengan kinerja pemasaran UMKM kerajinan. Packaging dan branding yang baik dapat meningkatkan nilai tambah produk kerajinan tradisional dan daya saing di pasar modern (Sulistyowati & Nuraeni, 2019). Model pendampingan partisipatif dengan pendekatan pembelajaran berbasis praktik terbukti lebih efektif dalam transfer pengetahuan kepada pelaku UMKM dibanding pelatihan konvensional (Kurniawan, Setiawan, & Hermawan, 2021; Abadi, Sari, Maseleno, & Sutrisna, 2021). Program pengabdian masyarakat berbasis teknologi tepat guna dapat mendorong kemandirian ekonomi masyarakat pedesaan (Widiastuti, Rahmanto, & Susanti, 2023; Siswanto, 2025).

Tujuan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah mengembangkan dan mengimplementasikan sistem pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik usaha kerajinan bordir, meningkatkan kemampuan pengrajin dalam manajemen usaha modern dan pembukuan sederhana, memperbaiki sistem pengemasan dan branding produk, serta meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar pengrajin bordir di Desa Mangga Dua.

Jurnal
Pengabdian
Teknologi Tepat Guna
Vol. 6, No. 3, November, 2025, pp. 310-318
https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/TTG/

Metode

Pengabdian kepada masyarakat tersebut menggunakan metode pelatihan dan pendampingan partisipatif dengan pendekatan *technology adoption* yang disesuaikan dengan karakteristik pengrajin tradisional (Sipahutar, Panggabean, Doloksaribu, Effiyanti, Panggabean, Harahap, & Syah, 2024). Tahapan kegiatan dirancang sebagai berikut:

Fase 1: Assessment dan Perancangan Sistem (Bulan April - Mei)

- Kunjungan dan diskusi permasalahan dengan mitra
- Analisis kebutuhan sistem pemasaran digital
- Focus Group Discussion perencanaan solusi teknologi

Fase 2: Pengembangan Web Pemasaran Online (Bulan Mei - Juni)

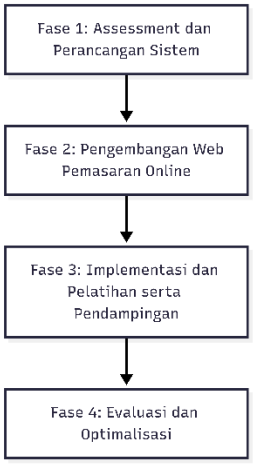
- Perancangan platform pemasaran online
- Pengembangan sistem manajemen pesanan dan inventori
- Pembuatan template pembukuan sederhana

Fase 3: Implementasi dan Pelatihan serta Pendampingan (Bulan Juni)

- Penyerahan sistem pemasaran online dan alat packaging
- Pelatihan dan pendampingan pengelolaan platform digital pemasaran online
- Pelatihan manajemen usaha dan pembukuan sederhana

Fase 4: Evaluasi dan Optimalisasi (Bulan Agustus)

- Evaluasi efektivitas sistem yang diimplementasikan
- Optimalisasi berdasarkan feedback pengguna



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Hasil

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan dalam metode. Berikut adalah uraian hasil pelaksanaan setiap fase kegiatan:

Fase 1: Assessment dan Perancangan Sistem

Kegiatan dimulai dengan kunjungan intensif ke 60 rumah pengrajin bordir untuk

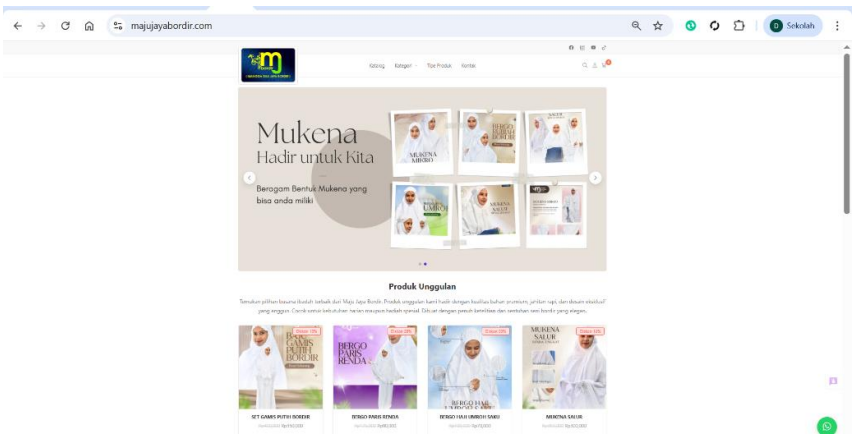
Jurnal
Pengabdian
Teknologi Tepat Guna
Vol. 6, No. 3, November, 2025, pp. 310-318
https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/TTG/

melakukan assessment mendalam. Hasil kunjungan menunjukkan bahwa 91,7% pengrajin masih menggunakan sistem pemasaran tradisional (penjualan langsung dan titip di toko), hanya 8,3% yang menggunakan WhatsApp personal untuk komunikasi dengan pembeli. Seluruh pengrajin belum memiliki sistem pembukuan formal dan 85% tidak memiliki kemasan standar untuk produk mereka.

Berdasarkan analisis mendalam, teridentifikasi kebutuhan utama meliputi: (1) platform pemasaran yang mudah digunakan dan familiar bagi pengrajin, (2) sistem manajemen pesanan yang sederhana namun efektif, (3) template pembukuan yang dapat dipahami pengrajin dengan latar belakang pendidikan terbatas, dan (4) sistem pengemasan yang meningkatkan value produk. Hasil analisis menunjukkan WhatsApp Business sebagai platform prioritas karena tingkat familiaritas yang tinggi. FGD dihadiri 35 pengrajin, Kepala Desa, dan stakeholder terkait. Hasil FGD menghasilkan kesepakatan untuk mengembangkan sistem terintegrasi yang menggabungkan WhatsApp Business sebagai platform utama, didukung media sosial (Facebook dan Instagram), serta website sederhana untuk showcase produk. Sebanyak 95% peserta FGD menyetujui rencana implementasi sistem yang diusulkan.

Fase 2: Pengembangan Web Pemasaran Online

Tim berhasil mengembangkan template website showcase untuk kerajinan bordir dengan fitur galeri produk, katalog harga, dan kontak langsung ke WhatsApp Business. Dikembangkan juga template untuk setup Facebook Business dengan konsep visual yang menarik dan mudah dikelola oleh pengrajin. Selanjutnya dirancang pula sistem pencatatan pesanan berbasis Excel yang user-friendly dengan fitur otomatis untuk menghitung stok, tracking pesanan, dan reminder pengiriman. Sistem ini didesain dapat diakses melalui smartphone dengan aplikasi spreadsheet gratis. Template pembukuan dikembangkan dengan format yang sangat sederhana, menggunakan bahasa sehari-hari dan contoh kasus nyata dari usaha bordir. Template mencakup pencatatan pemasukan, pengeluaran, keuntungan, dan analisis produk terlaris. Sistem pemasaran yang telah dikembangkan dengan tampilan beranda pada Gambar 2 dapat diakses melalui https://majujayabordir.com/



Gambar 2. Tampilan Beranda Sistem Pemasaran MJ Bordir

Fase 3: Implementasi dan Pelatihan serta Pendampingan

Kegiatan seremonial penyerahan TTG dilakukan di Aula Desa dengan kehadiran 58 dari 60 peserta (96,7% tingkat kehadiran). Kelompok mitra menerima: (1) alat sealer untuk

Jurnal
Pengabdian
Teknologi Tepat Guna
Vol. 6, No. 3, November, 2025, pp. 310-318
https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/TTG/

packaging, (2) panduan lengkap penggunaan web pemasaran online, dan (3) akun WhatsApp Business yang telah disetup. Pelatihan dilaksanakan dalam 2 sesi dengan metode *hands-on practice*. Hasil pelatihan menunjukkan: 83,3% peserta berhasil menguasai WhatsApp Business, 75% mampu mengelola Facebook Business, dan 78,3% mampu menggunakan website pemasaran online yang telah dirancang tim pengabdi. Tingkat kepuasan peserta terhadap materi pelatihan mencapai 4,2 dari skala 5.



Gambar 3. Ketua Pelaksana Menjelaskan Penggunaan Web Pemasaran Online



Gambar 4. Seremoni Penyerahan Teknologi Tepat Guna Kepada Mitra

Selanjutnya kegiatan Pelatihan pembukuan keuangan diikuti 55 peserta (91,7%) dengan hasil: 85% berhasil menerapkan sistem pencatatan keuangan, 80% mampu menggunakan template inventori, dan 76,7% menerapkan sistem manajemen pesanan. Pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman dari rata-rata 2,1 menjadi 4,3 (peningkatan 104,8%). Pendampingan intensif dilakukan selama 2 minggu dengan kunjungan rutin ke mitra kelompok. Hasil monitoring menunjukkan tingkat implementasi aktif sistem digital mencapai 78,3% di akhir periode pendampingan, dengan rata-rata penggunaan 4,5 jam per minggu untuk mengelola platform digital.

Fase 4: Evaluasi dan Optimalisasi

Tim pengabdi juga melakukan evaluasi komprehensif yang menunjukkan tingkat kepuasan pengguna 4,1 dari skala 5. Platform WhatsApp Business mendapat rating tertinggi (4,6), diikuti website pemasaran online (4,2), dan Facebook Business (3,8). Berdasarkan feedback pengguna, dilakukan optimalisasi pada: (1) penyederhanaan template pembukuan (87% menginginkan format lebih simple), (2) penambahan fitur reminder di sistem manajemen pesanan, dan (3) perbaikan panduan visual untuk penggunaan media sosial.

Pembahasan

Hasil implementasi kegiatan pengabdian di Desa Mangga Dua Kecamatan Tanjung Beringin Kabupaten Serdang Bedagai tersebut menunjukkan tingkat adopsi teknologi digital yang signifikan setelah program pelatihan dan pendampingan:

Tabel 1. Hasil Implementasi adopsi teknologi diigtal

Platform Digital	Peserta Aktif	Persentase (%)	Tingkat Aktivitas

Jurnal
Pengabdian
Teknologi Tepat Guna
Vol. 6, No. 3, November, 2025, pp. 310-318
https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/TTG/

WhatsApp Business	50	83,3	Sangat Tinggi
Shopee	38	63,3	Sedang
Sistem pemasaran digital	47	78,3	Tinggi

Implementasi sistem pemasaran digital menunjukkan hasil yang memuaskan dengan 78,3% peserta berhasil mengadopsi minimal satu platform digital. WhatsApp Business memiliki tingkat adopsi tertinggi karena kemudahan penggunaan dan familiaritas pengguna dengan aplikasi WhatsApp reguler.

Sedangkan dari sisi penerapan manajemen usaha, tim pengabdi juga berhasil meningkatkan penerapan prinsip manajemen usaha modern di kelompok mitra, hal tersebut dapat dilihat pada tabel implementasi manajemen usaha berikut:

Tabel 2. Hasil Implementasi manajemen usaha

Aspek Manajemen Usaha	**Sebelum diterapkan kegiatan**	**Setelah diterapkan kegiatan**
Sistem pembukuan keuangan	Manual	Digital
Manajemen Inventory (Pencatatan Stok/Produksi)	20% / 10%	80% / 75%

Peningkatan paling signifikan terjadi pada aspek sistem pembukuan keuangan dari penerapan manual beralih ke digital. Hal ini menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya manajemen keuangan dalam keberlanjutan usaha.

Program pengabdian kepada masyarakat khususnya pada kelompok usaha mangga dua bordir melalui implementasi sistem pemasaran digital dan manajemen usaha telah berhasil mencapai seluruh tujuan yang ditetapkan dengan hasil yang melampaui target. Tingkat adopsi teknologi digital mencapai 78,3% peserta dengan WhatsApp Business sebagai platform yang paling efektif. Implementasi sistem manajemen usaha juga menunjukkan peningkatan signifikan dengan penerapan sistem pembukuan digital dan manajemen inventori. Transformasi yang terjadi tidak hanya pada aspek teknis operasional, tetapi juga pada mindset dan perilaku anggota kelompok mitra dari tradisional menjadi modern dengan orientasi pasar yang lebih luas dan perencanaan strategis. Faktor kunci keberhasilan meliputi pemilihan teknologi yang sesuai, pelatihan bertahap yang disertai dengan pendampingan secara intensif, dukungan infrastruktur, dan komitmen dari perangkat desa.

Program ini membuktikan bahwa transformasi digital pada usaha kerajinan tradisional dapat dilakukan secara efektif dengan pendekatan yang tepat. Keberlanjutan program terjamin melalui kemandirian operasional mitra, dan integrasi dengan program pembangunan desa. Rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya adalah standardisasi modul pelatihan, integrasi platform digital, pembentukan kemitraan strategis, dan implementasi program lanjutan untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing jangka panjang pengrajin

bordir di era digital.

Ucapan terima kasih

Tim pengabdi menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada Universitas Negeri Medan melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat atas kepercayaan, pendanaan, dan dukungan teknis yang diberikan untuk terlaksananya program pemberdayaan kelompok usaha bordir ini. Penghargaan tinggi juga disampaikan kepada Perangkat Desa Mangga Dua Kecamatan Tanjung Beringin Kabupaten Serdang Bedagai atas komitmen, fasilitas, dan dukungan penuh yang memungkinkan implementasi program transformasi digital berjalan dengan lancar. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada seluruh anggota kelompok usaha MJ Bordir Desa Mangga Dua yang telah menunjukkan antusiasme tinggi, partisipasi aktif, dan keterbukaan dalam mengadopsi sistem pemasaran digital dan manajemen usaha.

Daftar Referensi

Abadi, S., Purnama Sari, R., Maseleno, A., & Sutrisna, S. (2021). Pemanfaatan e-commerce berbasis web mobile pada pemasaran produk UMKM kerajinan batok kelapa di Kecamatan Adiluwih. NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 17–26. https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/view/267

Akbar, R., Yetti, D., Rahmayani, M., Nurbit, N., & Yelmi, H. (2023). Pelatihan dan pendampingan digital marketing melalui platform marketplace dan sosial media bagi UMKM kerajinan di Desa Ridan Permai, Kecamatan Bangkinang Kota. ARDHI: Jurnal Pengabdian Dalam Negeri, 1(6), 172-180. https://doi.org/10.61132/ardhi.v1i6.370

Astuti, D. S. P., & Mardayanti, L. (2022). Peningkatan literasi digital pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah melalui pelatihan dan pendampingan pada UMKM Home Industry di Desa Genengan Karanganyar. Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 7(2). https://doi.org/10.31334/jks.v7i2.4180

Fahurian, F., Yunita, H. D., Zuhri, K., & Hartanto, M. B. (2024). Peningkatan literasi digital dan penggunaan teknologi open source untuk UMKM di era transformasi digital. ABDI AKOMMEDIA: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(4).

Fitriani, R., Sudrajat, D., & Muslihat, N. (2020). Manajemen keuangan UMKM dalam pengembangan usaha kerajinan lokal. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 5(2), 145–156.

Kartika, R., Dewi, K. M., Perbiani, K. N., & Nopiyani, P. E. (2023). Pelatihan pemasaran digital dan penyusunan laporan keuangan pada UMKM kerajinan Ingka Berkat Asih. Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ), 4(3). https://doi.org/10.37385/ceej.v4i3.3434

Listya, N., & Purnamasari, R. L. (2024). Pelatihan teknologi digital sebagai penunjang sociopreneurship UMKM industri kreatif kerajinan fosil kayu di Tulungagung. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 5(4), 5775-5780.

https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4600

Murtadho, F., Eriyani, R. N., Anwar, M., Haikal, M. S., & Azmuna, N. F. (2023). Pemberdayaan literasi digital bagi pelaku UMKM Kelurahan Bahagia, Babelan, Bekasi. Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1). https://doi.org/10.55506/arch.v2i1.40

Napitu, R., Sriwiyanti, E., Batubara, R., Hutajulu, T. A., & Sitorus, A. F. (2023). Pendampingan pemasaran kerajinan tangan bunga plastik dengan platform media sosial di era digital marketing untuk meningkatkan penjualan di Florist Haskar Baba. Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambei Manoktok Hitei, 3(2). https://doi.org/10.36985/yt07x742

Rochman, R., & Iskandar, I. (2019). Pelatihan digital marketing bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 4(1), 55–62.

Rokhmania, N., Harsono, S., Lutfi, L., Poerwanti, R., & Belinda, Y. (2022). Digital marketing bagi UMKM: Studi kasus Batik Era Krisna. Jurnal KeDayMas: Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat, 3(1). https://doi.org/10.14414/kedaymas.v3i1.3520

Sindi, P. P., & Wafa, Z. (2023). Transformasi digital UMKM: Pelatihan dan pendampingan digital marketing berbasis AIDA pada UMKM Kabupaten Kulon Progo. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 6(1). https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.1.4904

Sipahutar, H., Panggabean, D. D., Doloksaribu, M. E., Effiyanti, T., Panggabean, J. H., Harahap, M. H., & Syah, D. H. (2024). Pendampingan Peningkatan Usaha Jamu Tradisional Melalui Penerapaan Teknologi Tepat Guna Di Desa Medan Krio. Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna, 5(3), 202-209.

Siswanto, B. (2025). Pelatihan Meningkatkan Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK RT 06 Desa Srimulyo. JURNAL PENGABDIAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA, 6(2), 146-152.

Utami, M. R., Afif, N., & Mujib, M. (2022). Pemberdayaan UMKM pengrajin bambu melalui pelatihan pemasaran digital di Desa Kembangkuning, Magelang. Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti, 6(3). https://doi.org/10.38048/jailcb.v6i3.5445

Utami, R., & Yuliyanti, R. (2024). Keberlanjutan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di Kampung Pangambangan melalui literasi keuangan dan pemasaran digital. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 6(4). https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i4.6944

Wibowo, Y., & Yulianto, A. (2025). Packaging Design as Visual Branding for Snack Food Products Produced by KWT Gajah Tani Makmur in Gajahan Village, Colomadu, Karanganyar. JURNAL PENGABDIAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA, 6(1), 101-109.

Wilujeng, I. P., Wahyudi, H. D., Zutiasari, I., Putri, F. S. W., & Rahayu, A. P. S. (2023). Digitalisasi UMKM produk kerajinan berbasis ekonomi sirkular melalui website BiruMarket: Studi kasus UD Semar Biru. JDISTIRA – Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi Kepada Masyarakat, 5(2). https://doi.org/10.58794/jdt.v5i2.1501