

Digital Marketing: Solution for Market Expansion of MSME Products

Digital Marketing: Solusi Perluasan Pasar Produk UMKM

Saptaningsih Sumarmi^{*1}, Vientika Ravintan Anindyasari ², Lintang Adhiandy ³, Fransisca Jenny Eka Lestari ⁴, Atika Fauziana ⁵, Meilany Nonsi Tentua ⁶
1,2,3,4,5,6 Universitas PGRI Yogyakarta

E-mail: sapta@upy.ac.id^{*1}, vientikanindya99@gmail.com², lintang.adhiandy@gmail.com³,
fransiscajenny23@gmail.com⁴, ziaaja08@gmail.com⁵, meilany@upy.ac.id⁶

Abstract

The creative economy sector has become a source of economic growth in Bantul Regency through the abundance of craft centers, culinary and industrial businesses, and tourism. MSMEs Camilan Erna is one of the creative economic enterprises, but it still employs a traditional system in its management. The challenges include the absence of food production certificates, non-digital production and marketing, and an underutilized strategic location. Community service activities are carried out to train business actors on marketing mix, digital marketing, and assistance in obtaining P-IRT and NIB licenses. The community service method is implemented through training and mentoring using simple technology, creating a marketplace, and managing business permits. The results obtained after the community service activities include business actors obtaining NIB and P-IRT, enabling them to market products under their brand. Digital marketing has been implemented for the production output, and there are plans for expansion by creating a display space to showcase the products.

Keywords: NIB; P-IRT; marketing mix; Digital marketing

Abstrak

Sektor ekonomi kreatif menjadi sumber pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bantul, melalui banyaknya pusat kerajinan, kuliner dan industri serta pariwisata. UMKM Camilan Erna merupakan salah satu usaha ekonomi kreatif, namun masih menerapkan sistem tradisional dalam pengelolaan. Belum adanya kepemilikan sertifikat produksi pangan, produksi dan pemasaran belum digital, serta lokasi strategis belum termanfaatkan. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pelatihan pada pelaku usaha tentang marketing mix, digital marketing, serta pendampingan pengurusan P-IRT dan NIB. Metode pengabdian dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan menggunakan teknologi sederhana, pembuatan marketplace, dan pengurusan ijin usaha. Hasil yang didapat setelah kegiatan pengabdian, pelaku usaha sudah memiliki NIB dan P-IRT, sehingga dapat memasarkan produk dengan merk sendiri. Untuk pemasaran hasil produksi, sudah menerapkan digital marketing, dan akan melakukan ekspansi dengan membuat tempat display untuk memajang hasil produksi.

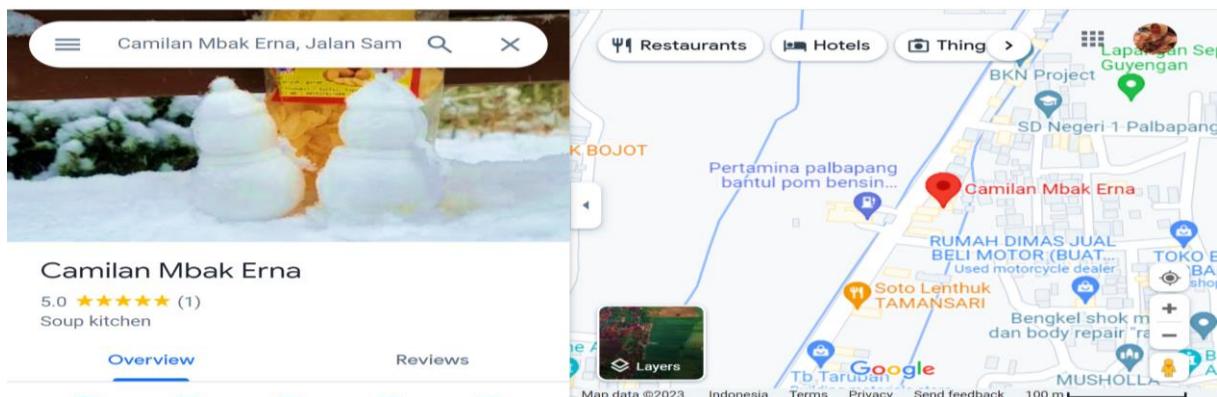
Kata kunci: NIB; P-IRT; marketing Mix; Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), merupakan salah satu daerah kabupaten yang sangat focus dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Menurut laporan terbaru Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Satu Pintu Terpadu pada tahun 2023, sektor industri di Kabupaten Bantul utamanya dikuasai oleh sektor industri skala kecil. Pada tahun 2021, tercatat ada sekitar 24.942 unit usaha industri kecil di wilayah tersebut. Industri-industri ini telah menyerap tenaga kerja sebanyak 104.363 orang dan berhasil menghasilkan total nilai produksi sekitar Rp. 269.766.000,00. Industri ekonomi kreatif telah muncul sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bantul. Hal ini terjadi berkat adanya sejumlah besar pusat kerajinan, sektor kuliner, industri, dan destinasi pariwisata yang tersebar di daerah ini. Dampaknya, sektor ini juga dianggap sebagai peluang menarik bagi investasi. Secara esensial, industri ekonomi kreatif menciptakan sinergi yang erat antara bidang pariwisata, pertanian, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Keberadaan beragam

sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Bantul memiliki efek positif terhadap kemajuan UMKM yang berfokus pada konsep ekonomi kreatif. (Widodo et al. 2021).

Salah satu pelaku UMKM yang bergerak pada bidang kuliner adalah pembuatan keripik kentang, camilan kecipir, olahan kering tempe yang bernama Camilan Mbak Erna. UMKM ini beralamat di Jl. Samas Km. 0,5 Klodran RT 01, Ngrginginan, Palbapang, Bantul, DIY. Berdasarkan hasil pra survey, pemilik dari UMKM ini masih menerapkan sistem tradisional baik dari pengolahan, sampai distribusi hasil produknya. Tidak adanya kepemilikan sertifikat produksi pangan, menjadi salah satu kendala dari UMKM ini untuk menggunakan merk ketika memasarkan produk. Sertifikat Produksi Pangan - Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) merupakan dokumen tertulis yang diberikan oleh Bupati/Walikota melalui Dinas Kesehatan, yang menegaskan bahwa produk pangan hasil produksi dari Industri Rumah Tangga telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan khusus yang ditetapkan (Prasetyaningsih, Murtini, and Hediono 2019). Untuk tetap dapat menjual hasil produknya, pelaku usaha mendistribusikan produk ke toko, warung tanpa menggunakan merk, dan toko atau warung mengemasnya dengan *packing*, serta menggunakan merk dari toko atau warung tersebut. Keadaan tersebut menimbulkan keprihatinan, karena nilai tambah dari sisi keuntungan didapatkan oleh penyalur atau penjual akhir. Meskipun demikian, memiliki izin usaha dan terdaftar secara resmi akan membantu pengusaha dalam meraih sejumlah keuntungan. Keuntungan-keuntungan ini mencakup kemudahan dalam memperoleh kredit dari lembaga perbankan bagi UMKM, perlindungan hukum yang lebih kuat, pengakuan dan legitimasi sebagai usaha yang layak berdiri dan menjalankan operasinya. (Purborini 2023).



Gambar 1. Peta Lokasi Camilan Mbak Erna

Berdasarkan gambar 1, lokasi camilan "Mbak Erna" memiliki lokasi yang sangat strategis karena berada di pinggir jalan raya besar, akses menuju lokasi objek wisata pantai yang ada di kabupaten Bantul, DIY. Hanya saja pemilik belum bisa manangkap sumber peluang untuk memanfaatkan lokasi dengan baik. Beberapa studi sudah menemukan jika lokasi memiliki pengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha (Mahmoud et al. 2017; Mahmoud 2018; Sumarmi et al. 2022). Seperti dikatakan (Puspitaningrum and Damanuri 2022), lokasi usaha menjadi pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian, seperti yang mudah dijangkau, strategis, dekat dengan jalan raya, sehingga lokasi dapat menjadi daya dukung faktornya.

Selain permasalahan yang berhasil diidentifikasi di atas, pemasaran secara tradisional juga menjadi hal yang harus dipecahkan oleh pelaku usaha. Padahal dengan sarana teknologi yang sangat dekat dengan kebanyakan orang seperti saat ini, bisa dimanfaatkan dengan baik. Sarana tersebut adalah telepon seluler (ponsel), dengan memanfaatkan media sosial sebagai alternatif untuk berjualan melalui *e commerce* (Sumarmi et al. 2021). Apalagi transaksi jual beli melalui Instagram, Facebook, market place bukan merupakan hal yang baru untuk saat ini. Kemampuan menulis dalam bisnis digital, menjadi kompetensi yang memiliki peran signifikan dalam zaman digitalisasi media saat ini (Sukaemi, Muhamar, and Kamilah 2023). *Digital marketing* menurut (Zulkarnain, Suzan, and Sembiring 2022), merupakan metode pemasaran dengan menggunakan bantuan instrumen digital, melalui koneksi internet beserta peralatan

pendukung penggunaan media tersebut. Melalui digital marketing, pelaku usaha dapat mengenalkan hasil produk mereka ke pasar yang lebih luas (Maulidasari and Setiyana 2020).



Gambar 2. Pra Survey ke lokasi usaha dan identifikasi permasalahan

Pada gambar 2, menggambarkan ketika tim pengabdi ketika melakukan pra survey dengan pemilik usaha, untuk mengetahui permasalahan yang diperkirakan menghambat pengembangan usaha. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat adalah untuk memberikan pelatihan pada pelaku usaha tentang *marketing mix*, *digital marketing*, serta pendampingan pengurusan P-IRT dan NIB. Diharapkan dengan kegiatan diatas, akan membantu pelaku UMKM dalam memperluas cakupan pasar. Harapan secara umum, kabupaten Bantul dapat menjadi *Centre of Excellence* dari industri kreatif di tingkat nasional dengan berbasis masyarakat.

2. METODE

Kegiatan pengabdian pada UMKM "Camilan Mbak Erna" dilaksanakan dengan beberapa tahapan. Tahapan pertama adalah melakukan pra survey, untuk mengetahui kondisi riil industri rumah tangga, dan dipetakan identifikasi masalah yang akan disolusikan oleh tim pengabdi. Dari beberapa alternatif solusi yang dirancang, tahapan selanjutnya adalah menyiapkan perangkat yang akan digunakan untuk pelatihan pada pemilik usaha. Setelah perangkat siap, tim pengabdi memberikan pelatihan pada pelaku usaha, dan juga diberikan pendampingan selama 1 bulan. Sebelum diberikan pelatihan, tim pengabdi memberikan pre test untuk mengetahui pemahaman pelaku usaha tentang materi yang akan dilatih, dan didampingi penyelesaiannya. Pelatihan yang diberikan kepada pelaku usaha meliputi pelatihan tentang pengurusan Nomor Induk Berusaha, dan P-IRT. Selain itu, pelaku usaha juga diberikan pelatihan tentang *digital marketing* dengan memanfaatkan sarana teknologi sederhana, yang sudah akrab dengan kegiatan pelaku usaha sehari-hari.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Untuk mengetahui apakah dari kegiatan pengabdian bisa diserap dengan baik atau tidak, dilakukan monitoring dan evaluasi, dengan diikuti melakukan post test. Kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan secara bertahap, sekaligus untuk memantau keterlaksanaan hasil pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdi. Secara runut, metode pelaksanaan kegiatan pengabdian bisa dilihat pada gambar 3., yang diawali dengan pra survey ke lokasi sasaran untuk mengetahui dan mengidentifikasi permasalahan. Tim pengabdi melakukan diskusi dan penyiapan perangkat yang akan dipergunakan untuk kegiatan. Setelah dilakukan kesepakatan, kegiatan pelatihan dengan praktik dilaksanakan, dan diikuti dengan pendampingan sampai 1,5 bulan. Bersama dengan pemilik usaha, tim pengabdi melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini dilaksanakan dari tanggal 7 Agustus - 6 September 2023. Tahapan pelatihan tentang pengurusan perijinan dari NIB, dan P-IRT dilakukan pada tanggal 14 Agustus 2023, dan pada saat itu juga, pemilik usaha didampingi untuk melakukan praktik online mengurus perijinan Industri Rumah Tangga dan Nomor Induk Berusaha. Beberapa hari sesudahnya, pada tanggal 18 Agustus 2023, P-IRT dan NIB sudah didapatkan oleh pemilik usaha. Kepemilikan NIB, dan P-IRT sangat bermanfaat bagi pelaku usaha, karena mereka bisa memasarkan produk mereka dengan menggunakan merk sendiri. Toko penjual oleh-oleh, sudah mau menerima titipan camilan untuk dipajang pada merchant.

 PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA PERIZINAN BERUSAHA UNTUK MENUNJANG KEGIATAN USAHA SERTIFIKAT PEMERUMAHAN KOMITMEN PRODUKSI PANGAN OLAHAN INDUSTRI RUMAH TANGGA (SPP-IRT) PB-UMKU: 030723000227300000002	 PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO NOMOR INDUK BERUSAHA: 0307230002273
<p>Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Mengedukasi Undang-Undang Pemerintah Republik Indonesia menetapkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:</p>	
<p>1. Nama Pelaku Usaha : ERNA SETYATI 2. Alamat : KLUONG DKT NGRINGINAN PALPABANG BANTUL, Desa/Kelurahan Palpabang, Kec. Bantul, Kab. Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 3. Nomor Telepon Seluler : Email : keribekera@gmail.com 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) : 5. Sifat Usaha : 6. Status Penanaman Modal : 7. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha : 10791 - Industri Kepuk, Kepik, Pekuk Dan Sejenisnya 8. Lokasi Usaha : 9. Peranannya Modal Dalam Negri (PMDN) 10. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha : 10791 - Industri Kepuk, Kepik, Pekuk Dan Sejenisnya 11. Lokasi Usaha : 12. Kode Pos : 55713</p>	
<p>Telah memenuhi persyaratan: 1. Mengikuti Peraturan Keamanan Pangan 2. Memiliki persyaratan Cita Proses/Proses yang Baik untuk Industri rumah Tangga (CIPN-IHT) atau hygiene, sanitasi dan dokumentasi 3. Memenuhi persyaratan keamanan, rasa, label dan iklan pangan olahan</p> <p>Lampiran Perizinan Berusaha Untuk Menunjang Kegiatan Usaha ini memuat data teknis yang merupakan bagian tidak terpisahkan dan dokumen ini Pelaku Usaha tersebut di atas wajib menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.</p>	
<p>Diterbitkan tanggal: 18 Agustus 2023</p>	
<p>Bupati Bantul Kepala DPMPTSP Kabupaten Bantul,  Didatangi secara elektronik</p>	
<p>Diterbitkan tanggal: 18 Agustus 2023</p>	
<p>1. Dokumen ini dibuatkan dalam 005 lembar dan dua Pecahan. Jumlah penerbitan resmi: 005, yang menyediakan 005. 2. Dokumen ini dapat diakses di situs resmi penerbit melalui alamat https://www.bantul.go.id. 3. Data yang dihasilkan dalam dokumen ini adalah informasi resmi dan akurat.</p>	
<p>1. Dokumen ini dibuatkan meski 025 kewenangan dan dua Pecahan. Jumlah penerbitan resmi: 025, yang menyediakan 025. 2. Dokumen ini dapat diakses di situs resmi penerbit melalui alamat https://www.bantul.go.id. 3. Data yang dihasilkan dalam dokumen ini adalah informasi resmi dan akurat.</p>	
<p>Minister of Investment Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,  Didatangi secara elektronik</p>	
<p>Diterbitkan tanggal: 8 Agustus 2023</p>	

Gambar 4. Sertifikat P-IRT dan NIB

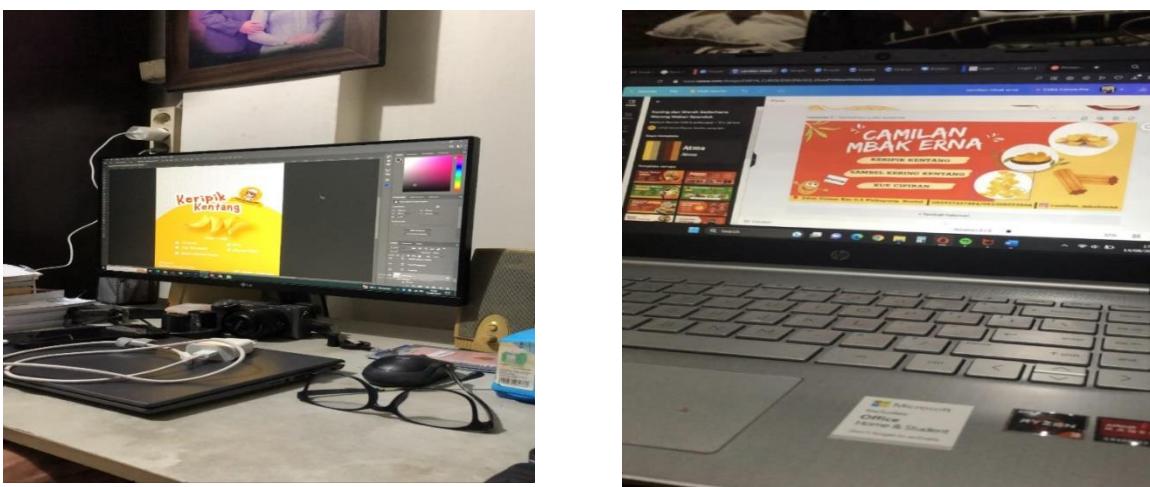
Pada gambar 4, disajikan gambar NIB dan P-IRT yang sudah dimiliki, sebagai hasil dari kegiatan pelatihan dan pendampingan oleh tim pengabdi. Penyuluhan tentang *marketing mix*, yang ditekankan pada varian produk, lokasi usaha, dan promosi juga dilakukan. Berdasarkan hasil diskusi dengan pemilik, muncul niat untuk memanfaatkan *space kosong* di halaman rumah, sebagai tempat display produk hasil produksi. Hanya saja, untuk dapat direalisasikan dalam waktu dekat, ada kendala dari sisi pendanaan. Manfaat lain dari kepemilikan NIB, dan P-IRT, membantu pemilik usaha untuk memanfaatkan bantuan pendanaan dalam bentuk kredit khusus untuk UMKM. Alternatif pendanaan untuk menyiapkan tempat display, pelaku usaha akan mengajukan kredit UMKM.



Gambar 5. Produk Olahan Camilan “Mbak Erna”

Gambar 5 menyajikan tentang varian rasa dari produk keripik kentang, yang semula hanya menyediakan keripik kentang original. Varian rasa terbaru memiliki keberagaman yaitu balado, jagung, keju, sapi panggang, sehingga konsumen memiliki opsi sesuai dengan selera mereka. Juga digambarkan produk olahan yang lain. Untuk memberikan kesan menarik pada calon konsumen, penampilan foto produk pada media online juga diperbarui.

Setelah pelatihan dan beberapa praktik sudah diterapkan, tim pengabdi juga mendampingi pelaku usaha untuk mengimplementasikan *digital marketing*. Pembaruan kemasan (*packing*), menjadi sasaran yang dirombak untuk pertama kali. *Packing* menjadi faktor penting untuk memenangkan persaingan bisnis, yang Tidak hanya bertujuan untuk melindungi produk dari kerusakan selama proses pengangkutan, penyimpanan, dan penjualan (Citaningtyas et al. 2022). Bukan hanya *packing* yang ditekankan dalam kegiatan, namun membuat desain merk, logo juga menjadi materi dari kegiatan pengabdian ini.



Gambar 6. Draft desain Packing

Pada Gambar 6, penampilan baru dari *packing* dan desain merk “Camilan Mbak Erna”, ditampilkan. Setelah semua kegiatan yang direncanakan tim pengabdi sudah dilaksanakan, dilakukan kegiatan monitoring dan evaluasi untuk menjamin bahwa pelaku usaha tetap konsisten dengan kesepakatan yang sudah disepakati bersama. Hasil monev berdasarkan isian jawaban pelaku usaha, terhadap butir soal pada pre test, dan post test bisa dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Keadaan Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pengabdian

Pernyataan	Pre test	Post test	Keterangan
Kepemilikan ijin usaha dalam bentuk NIB, P-IRT	Belum	Ada	Berhasil 100%
Varian rasa dari produk olahan	Original	Original, Balado, Jagung, Keju, Sapi Panggang	Meningkat 75%
Media elektronik untuk pemasaran online	Status whatsapps	Instagram, Facebook, Shopee	Berhasil 90%
Jangkauan pasar	Terbatas	Bertambah	

Sumber: Rekapitulasi jawaban pelaku usaha (2023)

Berdasarkan data pada tabel 1, bisa dibandingkan hasil kegiatan pengabdian. Pada awal tim pengabdi melakukan survey, pemilik belum memiliki ijin usaha dalam bentuk NIB dan P-IRT. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, 100% kegiatan ini berhasil. Penambahan varian rasa sebagai bentuk diversifikasi produk juga meningkat sebanyak 75%, dari semula hanya varian rasa original yang diproduksi. Media untuk mengenalkan produk ke masyarakat juga meningkat, dari semula melalui status whatsapps, yang terbatas hanya teman dari pemilik. Setelah kegiatan pengabdian, usaha ini sudah memiliki marketplace dengan join melalui Facebook, dan Shopee. Pengenalan melalui media Instagram juga sudah dimiliki. Perluasan jangkauan pasar menjadi bertambah.

Dari berbagai materi yang disampaikan, diberikan pelatihan dan pendampingan, jika pelaku usaha dapat menjalankan secara konsisten, dan tidak cepat berpuas diri, akan bisa lebih mengenalkan usahanya pada calon konsumen.

4. KESIMPULAN

Hasil identifikasi permasalahan yang dialami oleh UMKM Camilan „Mbak Erna”, sudah diselesaikan melalui implementasi pelaksanaan kegiatan selama 1,5 bulan. Pelaku usaha merasa terbantu, dan terselesaikan masalahnya. Tantangan ke depan yang dihadapi pelaku usaha, adalah menjaga konsistensi penerapan hasil pengabdian. Simpulan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian antara lain:

1. Berhasil memiliki NIB, dan P-IRT, sehingga pelaku usaha dapat menjual atau memasarkan produk dengan merk sendiri.
2. Pemahaman pelaku usaha tentang *marketing mix* menjadi meningkat, sehingga pengelolaan usaha ke depan menjadi lebih hati-hati.
3. Produk hasil olahan memiliki beberapa varian rasa, sehingga konsumen dapat memilih produk sesuai rasa yang mereka sukai.
4. Pelaku usaha sudah menerapkan *digital marketing*, dengan memanfaatkan sarana teknologi telpón seluler.

Harapan ke depan UMKM Camilan “Mbak Erna” bisa lebih berkembang, sehingga menjadi *role model* untuk pelaku usaha *home made* lainnya. Berbekal hal yang sudah disampaikan, diharapkan juga akan memperluas pasar camilan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdi mengucapkan banyak terima kasih pada Fakultas Bisnis, atas kegiatan Studi Dunia Industri, sehingga kegiatan ini bisa berjalan dengan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Citaningtyas, Dian, Ari Kadi, Rizal Ula, Ananta Fauzi, And Hari Purwanto. 2022. "Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun." *Wiryakarya Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1 (1): 50-59. <Https://Doi.Org/Http://Doi.Org/10.25273/Wjpm.V1i01.11795>.
- Mahmoud, Thoria Omer. 2018. "Impact Of Green Marketing Mix On Purchase Intention." *International Journal Of Advanced And Applied Sciences* 5 (2): 127-35. <Https://Doi.Org/10.21833/Ijaas.2018.02.020>.
- Mahmoud, Thoria Omer, Siddig Balal Ibrahim, Abdel Hafiez Ali, And Abbas Bready. 2017. "The Influence Of Green Marketing Mix On Purchase Intention: The Mediation Role Of Environmental Knowledge." *International Journal Of Scientific & Engineering Research* 8 (9): 1040. <Https://Doi.Org/10.14299/Ijser.2017.09.006>.
- Maulidasari, Cut Devi, And Rusma Setiyana. 2020. "Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm)." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darma Bakti Teuku Umar* 2 (1): 63-73. <Https://Doi.Org/10.35308/Baktiku.V2i1.2050>.
- Prasetyaningsih, Insiwijati, Umi Murtini, And Bambang Purnomo Hediono. 2019. "Penguatan Organisasi Dan Proses Pengurusan P-Irt Kelompok Usaha Salak Desa Girikerto Sleman." *Bakti Masyarakat Indonesia* 2 (2): 49-54.
- Purborini, Vivi Sylvia. 2023. "Pentingnya Legalitas Pirt Dan Nib Bagi Pelaku Usaha Kue Kering." *Magister Hukum Perspektif* 14 (1). <Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.37303/Magister.V14i1.75>.
- Puspitaningrum, Yuni, And Aji Damanuri. 2022. "Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho, Dolopo, Madiun." *Niqosiya: Journal Of Economics And Business Research* 2 (2): 289-304. <Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.21154/Niqosiya.V2i2.977>.
- Sukaemi, Linda Handayani, Isam Samsul Muharam, And Hanipah Fahira Kamilah. 2023. "Copywriting For Teena Gers ' Personal Branding On Social Media Pemanfaatan Copywriting Untuk Personal Branding Di Media Sosial Bagi Kalangan Remaja." *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 7 (2): 433-44. <Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.31849/Dinamisia.V7i2.12629>.
- Sumarmi, Saptaningsih, Okti Purwaningsih, Meilany Nonsi Tentua, Aprilia Ti Wahyuningsih, Muhammad Adilla, Hani Andrasari, Kumala D.R Astuti, And Nur Azizah Aprilia. 2022. "Green Marketing For Eco-Friendly Vegetable Products At Wanita Tani Karya Manunggal Group." *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 7 (November): 814-23.
- Sumarmi, Saptaningsih, Suryo Wisnu Wicaksono, Dindo Wahyu Prakoso, Dwi Alrasta, Koko Endra Saputra, Candra Dwi Putra, And Fakultas Bisnis. 2021. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Digital Marketing Kerajinan Vinil Di Desa Code, Trirenggo, Kabupaten Bantul, DIY." *Terapan Abdimas* 6 (2): 155-60.
- Widodo, Sri, Afri Ovita, Program Sarjana Akuntansi, And Program Sarjana Akuntansi. 2021. "Determinan Keberhasilan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Bantul." *Inventory: Jurnal Akuntansi* 5 (2): 87-93. <Https://Doi.Org/10.25273/Inventory>.
- Zulkarnain, Makhfudi Iskandar, Rilyane Suzan, And Rasita Sembiring. 2022. "Optimalisasi Digital Marketing Guna Peningkatan Daya Beli Konsumen." *Pengabdian Masyarakat Formosa* 1 (2): 101-8. <Https://Doi.Org/10.55927>.