

Digital Empowerment: Improving Dasawisma's Capabilities in Online Marketing and Sales Through the Marketplace

Digital Empowerment: Peningkatan Kapabilitas Dasawisma Dalam Pemasaran Dan Penjualan Online Melalui Marketplace

Ridwan Raafi'udin^{1*}, Neny Rosmawarni², Catur Nugrahaeni Puspita Dewi³, Fajar Edyana⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pembangunan Nasional Veteran

E-mail: raafiuudin@upnvj.ac.id¹, nenyrosmawarni@upnvj.ac.id², catur.nugrahaeni@upnvj.ac.id³, fajar.edyana@upnvj.ac.id⁴

Abstract

This community service activity aims to improve the capabilities of dasawisma women in RW 10, Ciracas Village, Ciracas District, East Jakarta in digital marketing and online sales through the marketplace platform. Through a series of practical trainings, participants have been given an in-depth understanding of digital marketing concepts, effective online marketing strategies, and the use of various features in the marketplace platform. In addition, legal aspects, online security, and network development are also the focus, providing a strong foundation for participants to run an online business sustainably. With the aim of empowering the local economy, this activity is expected to help dasawisma women take advantage of the potential of the local economy and increase their contribution to local economic development, as well as this activity helps the government technically in relation to the community directly. This activity was attended by 120 participants and as many as 85 have provided feedback from the material and experience that has been given. The training material was delivered in lectures and discussions. For the lecture session, it was delivered by presenting material about digital marketing through the marketplace and comparing it in a conventional way. Broadly speaking, participants are able to accept and understand the use of digital marketing technology through the marketplace. Furthermore, the results of the implementation of community service activities were evaluated using a SWOT analysis with results showing a significant increase in understanding of online security and marketing. With the results of the training that show for the better, the community, especially dasawisma women, is ready to develop businesses both managed independently and business groups managed under the auspices of local residents.

Keywords: Digital empowerment, digital marketing, marketplace, community economic

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapabilitas wanita dasawisma di RW 10 Kelurahan Ciracas Kecamatan Ciracas Jakarta Timur dalam pemasaran digital dan penjualan online melalui platform marketplace. Melalui serangkaian pelatihan praktis, peserta telah diberikan pemahaman mendalam tentang konsep-konsep digital marketing, strategi pemasaran online yang efektif, serta pemanfaatan berbagai fitur dalam platform marketplace. Selain itu, aspek hukum, keamanan online, dan pengembangan jejaring juga menjadi fokus, memberikan landasan yang kuat bagi peserta untuk menjalankan bisnis online secara berkelanjutan. Dengan tujuan pemberdayaan ekonomi lokal, kegiatan ini diharapkan dapat membantu wanita dasawisma memanfaatkan potensi ekonomi lokal dan meningkatkan kontribusi mereka pada pembangunan ekonomi lokal, sekaligus kegiatan ini membantu pemerintah secara teknis yang berhubungan dengan masyarakat secara langsung. Kegiatan ini diikuti oleh 120 peserta dan sebanyak 85 telah memberikan feedback dari materi dan pengalaman yang telah diberikan. Materi pelatihan disampaikan secara ceramah dan diskusi. Untuk sesi ceramah disampaikan dengan cara presentasi materi mengenai pemasaran secara digital melalui marketplace serta perbandingannya dengan cara konvensional. Secara garis besar peserta mampu menerima dan memahami tentang pemanfaatan teknologi pemasaran secara digital melalui marketplace. Selanjutnya hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dievaluasi menggunakan analisis SWOT dengan hasil yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman terhadap keamanan dan pemasaran online. Dengan hasil pelatihan yang menunjukkan adanya perubahan yang lebih baik, maka masyarakat khususnya wanita dasawisma sudah siap dalam pengembangan usaha baik yang dikelola secara mandiri maupun kelompok-kelompok usaha yang dikelola di bawah naungan rukun warga setempat.

Kata kunci: Digital empowerment, digital marketing, marketplace, ekonomi masyarakat

1. PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Kelompok Wanita RW 10 Kelurahan Ciracas Kecamatan Ciracas Jakarta Timur yang aktif berwirausaha menjadi fokus strategis dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Wanita-wanita ini sering kali menjadi pilar ekonomi di komunitas mereka, namun sering kali menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara efektif. Oleh karena itu, pemberdayaan bukan hanya tentang memberikan pelatihan, tetapi juga mendukung pengembangan bisnis mereka agar dapat bersaing di pasar yang semakin digital(Mariam & Ramli, 2023).

Meskipun semakin terintegrasi dalam era digital, banyak wanita pengusaha masih menghadapi kendala dalam memahami dan memanfaatkan pemasaran produk secara digital(Permana et al., 2024). Kurangnya pemahaman tentang strategi digital marketing, penggunaan platform *marketplace*, dan penerapan kecerdasan buatan dalam mengoptimalkan penjualan, menjadi hambatan utama(Holiseh & Izzatusholehka, 2023). Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan holistik yang tidak hanya memberikan pengetahuan tetapi juga keterampilan praktis dalam menghadapi era digital ini.

Kegiatan pengabdian masyarakat memainkan peran krusial dalam membangun dan mengembangkan masyarakat. Fokus pada pemberdayaan wanita pengusaha, kegiatan ini menjadi jembatan penting untuk meningkatkan kapabilitas mereka untuk meningkatkan kreatifitas(Raafi'udin et al., 2020). Pelatihan dan pendampingan dalam rangka meningkatkan produksi sudah banyak dilakukan saat ini seperti produk kampus batik(Normawati et al., 2020) dan kepada UMKM di Banjar Pitik(Dewi & Mahyuni, 2022). Terdapat berbagai program dan inisiatif yang diterapkan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan yang diperlukan, menciptakan lingkungan di mana wanita pengusaha dapat tumbuh dan berpartisipasi aktif dalam ekonomi lokal.

Pemberdayaan masyarakat khususnya kepada kelompok wanita sudah banyak dilakukan seperti strategi promosi oleh kelompok wanita tani Beringin Indah menggunakan media sosial(Joesyiana et al., 2023), juga pelatihan dalam upaya peningkatan ekonomi keluarga di masa pandemi di Kelurahan Johar baru(Erialdy et al., 2021). Secara garis besar hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat memberikan dampak yang baik dalam pemberdayaan khususnya kepada kelompok wanita.

Untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, maka dilakukan evaluasi hasil. Evaluasi hasil dilakukan dengan cara mendapatkan *feedback* dari peserta yang hadir pada kegiatan tersebut. *Feedback* didapatkan dengan cara memberikan kuesioner *online* melalui Google Form yang dibagikan melalui qrcode atau short URL. Hasil pengisian feedback dari peserta diunduh berupa data tabular yang selanjutnya masuk proses pengolahan data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode SWOT terhadap hasil pengisian kuesioner tersebut. Adapun hasil analisa tersebut menunjukkan hasil peningkatan yang signifikan dari pengetahuan dan pemahaman oleh peserta terhadap keamanan dan pemasaran secara *online*.

Permasalahan Mitra

- a. Di Mitra, terlihat kekurangan dalam pengetahuan terkait penjualan daring, memunculkan kebutuhan untuk meningkatkan pemahaman mereka akan konsep dasar dan strategi penjualan melalui platform digital.
- b. Keterbatasan pemahaman di Mitra tentang keuntungan dan risiko dalam lingkungan *marketplace* menjadi hambatan, menunjukkan perlunya edukasi yang lebih mendalam untuk memitigasi potensi risiko dan memaksimalkan potensi manfaat dari partisipasi dalam pasar daring.

- c. Mitra menghadapi tantangan karena belum pernah mencoba memasarkan produk secara digital melalui *marketplace*, menimbulkan kebutuhan untuk menyusun pendekatan yang sistematis dan memberikan pengalaman praktis dalam menghadapi dunia pemasaran daring.

Solusi Permasalahan

Untuk menyelesaikan permasalahan di mitra maka direncanakan dan dilaksanakan kegiatan pelatihan penjualan *online*, workshop keuntungan dan risiko, pilot proyek pemasaran digital, mentorship dan pendampingan, dan sumber daya *online* seperti ditunjukkan pada Gambar 1. Tahun ini merupakan kegiatan pertama yaitu pada pelatihan penjualan *online*.

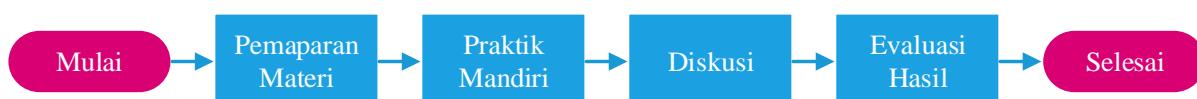


Gambar 1. Roadmap Pengabdian

2. METODE

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersusun dalam urutan susunan acara seperti ditunjukkan oleh Tabel 1 dan Gambar 2. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dimulai bagian pembukaan oleh Ketua RW 10. Sementara untuk tahapan inti kegiatan dimulai dengan pemaparan materi oleh tim dosen, kemudian tahapan praktik mandiri bagi peserta berupa mengeksplorasi keamanan dari suatu *marketplace*, fitur-fitur unggulan dari *marketplace* sebagai kajian kekurangan dan kelebihan dari berbagai *marketplace*, serta membuat baru akun *marketplace* bagi yang belum memiliki. Tahapan diskusi berupa tanya jawab antara peserta dan tim dosen, di mana hasil diskusi menjadi bahan kajian untuk tahapan evaluasi. Tahapan akhir adalah evaluasi hasil kegiatan. Data dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan analisis tematik kualitatif untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam dari umpan balik peserta



Gambar 2. Tahapan pelaksanaan

Peserta

Peserta kegiatan adalah kelompok wanita dasawisma di RW 10 Kelurahan Ciracas Kecamatan Ciracas Jakarta Timur(*Ciracas, Jakarta Timur - Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*, n.d.). Kegiatan diikuti oleh 120 peserta dari dasawisma dari berbagai RT di RW 10.

Peralatan

Peralatan yang dibutuhkan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sebagai berikut:

- Aula RPTRA Taman Ciracas Ceria.
- Laptop, LCD proyektor, pengeras suara sebagai alat untuk menjelaskan materi pelatihan.
- Telepon pintar
- Modem Internet/WIFI.

Acara Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian disusun dalam rangkaian acara seperti ditunjukkan oleh Tabel 1.

Tabel 1. Susunan Acara Kegiatan

Jenis Kegiatan	Metode	Durasi (menit)
Pemaparan materi pelatihan	Ceramah	100
Praktik analisa <i>marketplace</i>	Praktik	50
Diskusi keuntungan <i>marketplace</i>	Diskusi	50
Evaluasi pasca pelatihan	Kuesioner daring	100

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi Pelatihan

Materi pelatihan disampaikan dengan cara ceramah interaktif diselingi dengan diskusi bersama peserta kegiatan. Adapun materi pelatihan yang telah disampaikan kepada peserta dapat dilihat pada kumpulan Gambar 3. Materi pemaparan yang disampaikan meliputi pembukaan mengenai wirausaha seperti ditunjukkan oleh sub (b) pada Gambar 3. Untuk pembahasan mengenai digital marketing disampaikan berupa pengetahuan umum mengenai digital marketing dimulai dari pemahaman teknologi internet sampai aplikasi mobile seperti ditunjukkan oleh sub (c) Gambar 3. Untuk materi pemaparan mengenai *marketplace* dan perbandingannya dengan Teknik pemasaran konvensional disampaikan pada slide seperti ditunjukkan oleh sub (d) dan (e) Gambar 3.

(a) PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI MARKETPLACE
FAKULTAS ILMU KOMPUTER UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

(b) WIRAUSAHA
Wirausaha, atau yang sering disebut sebagai kewirausahaan, adalah proses atau kegiatan di mana seseorang (wirausahawan atau entrepreneur) mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa ide-ide baru ke pasar untuk menciptakan nilai ekonomi. Wirausaha melibatkan pengambilan risiko, inovasi, dan manajemen sumber daya untuk memulai dan mengelola usaha atau bisnis baru.
Aspek yang diperlukan:
1. Inovasi dan kreativitas
2. Pengambilan Risiko
3. Identifikasi Peluang
4. Manajemen Sumber daya
5. Perencanaan dan Strategi
6. Adaptabilitas dan Fleksibilitas
7. Menciptakan Lapangan Kerja

(c) DIGITAL MARKETING
Digital marketing adalah praktik mempromosikan produk atau layanan menggunakan teknologi digital dan internet. Ini mencakup berbagai strategi dan teknik yang bertujuan untuk menjangkau konsumen secara online melalui berbagai saluran digital
1. Search Engine Optimization (SEO)
2. Search Engine Marketing (SEM)
3. Content Marketing
4. Social Media Marketing
5. Email Marketing
6. Pay-Per-Click (PPC) Advertising
7. Affiliate Marketing
8. Influencer Marketing
9. Analytics and Data
10. Mobile Marketing

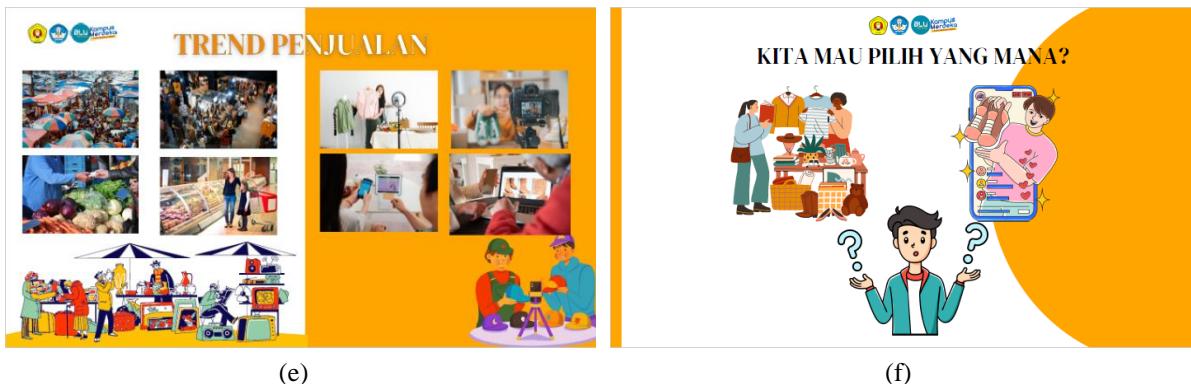
(d) MARKETPLACE
Marketplace adalah sebuah platform atau tempat di mana penjual dan pembeli dapat bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk atau jasa. Marketplace bisa berbentuk fisik seperti pasar tradisional atau pusat perbelanjaan, maupun digital seperti situs web atau aplikasi yang menghubungkan penjual dengan pembeli secara online.
Karakteristik Utama Marketplace

- Platform Perantara
- Beragam Penjual dan Produk
- Kemudahan Transaksi
- Keuntungan untuk Penjual

Marketplace Populer

- Shopee
- Tokopedia
- Lazada
- Blibli
- Bukalapak

bukalapak



Gambar 3. Ringkasan Paparan Materi Pelatihan (a-f)

Dokumentasi Pelatihan

Kegiatan berlangsung kurang lebih selama 3 (tiga) jam mulai pukul 09.00 sampai dengan 12.00 WIB termasuk di dalamnya mulai dari metode ceramah, praktik analisa, diskusi bersama hingga pengisian umpan balik oleh peserta pasca pelatihan. Adapun dokumentasi dari kegiatan pengabdian tahap pertama ini dapat dilihat di kumpulan foto pada Gambar 4 sampai Gambar 7. Kegiatan dimulai dengan pengisian presensi kehadiran oleh peserta seperti ditunjukkan oleh Gambar 4, data presensi digunakan sebagai acuan untuk pembagian kuesioner secara *online*. Sambutan ketua RW 10 sebagai pembukaan acara menyampaikan pesan-pesan kepada tim dosen dan peserta dalam kesiapan dan kesungguhan dalam acara kegiatan ini seperti ditunjukkan oleh Gambar 5. Penyampaian materi dilakukan secara ceramah umum dengan dilengkapi presentasi menggunakan proyektor dan layar seperti ditunjukkan oleh Gambar 6, sementara proses diskusi dan tanya jawab seperti ditunjukkan oleh Gambar 7.



Gambar 4. Peserta Mengisi Presensi



Gambar 5. Sambutan Ketua RW 10



Gambar 6. Penyampaian Materi



Gambar 7. Peserta

Evaluasi Hasil Kegiatan

Analisis SWOT dapat digunakan untuk menganalisa penelitian dan pengabdian masyarakat(Susantiningrum et al., 2020; Wahyudin et al., 2021). Hasil pelaksanaan kegiatan dievaluasi menggunakan analisis SWOT(Gurl, 2017; Peng, 2021) dan mengumpulkan umpan baik dari peserta melalui kuesioner daring. Adapun hasil analisis SWOT sebagai berikut :

a. Ancaman

Dari hasil diskusi didapatkan bahwa sebagian peserta masih takut bahkan sudah ada yang menjadi korban dari kebocoran data secara daring, sehingga ini menjadi ancaman bagi pelaku usaha.

b. Kelebihan

Di lingkungan RW 10 setidaknya sudah ada 3 (tiga) kelompok usaha yang sudah dijalankan oleh masyarakat setempat antara lain penjualan alas kaki, alat-alat kebersihan rumah tangga, dan produk makanan makaroni.

c. Kelemahan

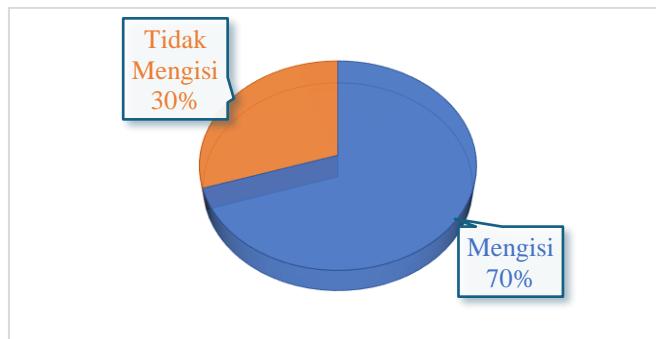
Hingga tahap pertama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, belum dapat diidentifikasi kelebihan-kelembahan baik dari segi pengetahuan maupun teknis dalam proses pemasaran produk dari peserta.

d. *Opportunity*

Sebagian besar peserta sudah mengetahui penjualan secara daring melalui *marketplace* nasional baik penjualan melalui katalog yang maupun secara *live streaming*.

Evaluasi Umpan Balik Peserta

Hasil pelaksanaan pelatihan juga dievaluasi dengan cara mendapatkan umpan balik dari peserta pelatihan. Umpan balik diisi oleh peserta melalui kuesioner daring menggunakan Google Form. Adapun pertanyaan pada kuesioner dapat dilihat pada Tabel 2. Dari 120 peserta yang hadir dalam kegiatan ini ada 84 peserta yang mengisi kuesioner atau 70% seperti ditunjukkan oleh Gambar 7. Adapun hasil umpan balik untuk pertanyaan No. (4)(5)(6) diringkas pada Tabel 3.



Gambar 8. Rasio Umpan Balik

Tabel 2. Pertanyaan Kuesioner

No.	Pertanyaan
1.	Nama
2.	Alamat
3.	Nomor Telepon
4.	Apa ilmu yang didapatkan setelah mendengarkan materi hari ini?
5.	Kritik
6.	Saran

Tabel 3. Ringkasan Umpaman Balik

No.	Pertanyaan	Ringkasan Umpaman Balik
1.	Apa ilmu yang didapatkan setelah mendengarkan materi hari ini?	Menunjukkan bahwa peserta mendapatkan pengetahuan yang beragam seputar penjualan <i>online</i> , keamanan data, kejahatan cyber, pencegahan penipuan <i>online</i> , dan teknologi jejaring <i>online</i> . Mereka menyebutkan bahwa mereka menjadi lebih waspada terhadap risiko <i>online</i> , seperti penipuan dan kebocoran data, serta mendapatkan wawasan baru tentang pengamanan media sosial dan perangkat digital. Umpaman balik tersebut juga mencakup peningkatan pengetahuan dalam berjualan <i>online</i> dan strategi pemasaran digital. Kesimpulannya, acara ini dianggap sangat bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang aspek-aspek penting dalam keamanan dan kejahatan <i>online</i> khususnya pada <i>marketplace</i> .
2.	Kritik	<p>a. Beberapa peserta menyatakan acara baik dan bagus, namun beberapa mengkritik durasi yang terlalu lama.</p> <p>b. Ada yang menginginkan penyampaian materi yang lebih singkat, padat, dan jelas.</p> <p>c. Sebagian peserta merasa bahwa penyampaian terlalu monoton atau terlalu bertele-tele.</p> <p>d. Kritik juga mencakup permintaan untuk lebih banyak materi atau waktu yang lebih banyak untuk penyampaian.</p> <p>e. Beberapa peserta menginginkan acara diadakan pada hari kerja dan tidak pada tanggal merah.</p> <p>f. Permintaan untuk detail yang lebih dalam dalam penyampaian juga muncul dari beberapa peserta.</p> <p>Secara umum, meskipun ada beberapa kritik, sebagian besar peserta menganggap acara ini memberikan manfaat yang baik dalam peningkatan pengetahuan tentang keamanan dan kejahatan <i>online</i>.</p>
3	Saran	<p>a. Mayoritas peserta menyatakan bahwa acara sudah bagus dan bermanfaat.</p> <p>b. Ada harapan untuk lebih banyak lagi acara serupa di masa depan untuk meningkatkan wawasan tentang kejahatan <i>online</i>.</p> <p>c. Permintaan untuk mengadakan acara di lebih banyak tempat dan untuk lebih banyak peserta, terutama ibu-ibu rumah tangga.</p> <p>d. Beberapa peserta menginginkan penyampaian materi yang lebih singkat, padat, dan jelas.</p> <p>e. Permintaan untuk mengadakan acara di hari kerja dan bukan pada tanggal merah.</p> <p>f. Harapan untuk menyediakan informasi yang lebih banyak tentang kejahatan <i>online</i> dan strategi pencegahannya pada <i>marketplace</i>.</p> <p>g. Ada yang menginginkan acara diselingi dengan kegiatan yang menghibur agar tidak membosankan.</p> <p>h. Narasumber diharapkan lebih komunikatif dan dapat menggunakan bahasa yang lebih familiar bagi para peserta.</p> <p>Secara keseluruhan, umpan balik menunjukkan bahwa acara ini dianggap bermanfaat dan ada permintaan untuk lebih banyak kegiatan serupa di masa depan dengan penyampaian materi yang lebih baik dan lebih luas.</p>

4. KESIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil tinjauan tim pada proses kegiatan dan hasil umpan balik maka pelaksanaan pelatihan peningkatan kapabilitas dasawisma dalam pemasaran dan penjualan *online* melalui *marketplace* berjalan dengan baik dan dapat memberikan pengetahuan serta pemahaman bagi peserta mengenai kiat-kiat menggunakan dan mengoptimalkan *marketplace* dalam penjualan *online*. Pelatihan ini berhasil meningkatkan kemampuan digital pemasaran peserta, diukur melalui survei dan analisis SWOT, yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman terhadap keamanan dan pemasaran *online*. Pelatihan ini juga terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan pemasaran digital dasar, namun diperlukan intervensi lanjutan untuk mendukung keberlanjutan usaha peserta dalam menghadapi tantangan keamanan siber.

Saran

Kegiatan ini merupakan pelaksanaan pertama dari rangkaian roadmap pengabdian kepada masyarakat, maka disarankan kegiatan dilanjutkan di waktu berikutnya dengan topik workshop keuntungan dan risiko dari pemanfaatan *marketplace* sebagai media penjualan *online*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, LPPM UPNVJ, Program Studi Informatika dan Sistem Informasi FIK UPNVJ, serta Kelurahan Ciracas Jakarta Timur, RW 10 Ciracas Jakarta Timur, RT 07 dan RT 12 Ciracas, kepada Pengurus dan Seluruh Ibu-Ibu Dasawisma RW 10 Ciracas Jakarta Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ciracas, Jakarta Timur - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. (n.d.). Retrieved July 10, 2024, from https://id.wikipedia.org/wiki/Ciracas,_Jakarta_Timur
- Dewi, K. N. K., & Mahyuni, L. P. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716-724. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.6302>
- Erialdy, Ade Indra Permana, & Sugeng Lubar Prastowo. (2021). Upaya Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Masa Pandemi Covid 19 Melalui UP2K Di Kelurahan Johar Baru. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(5). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i5.7753>
- Gurl, E. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. demo.dspsacedirect.org/bitstream/10673/792/1/swot pdf.pdf
- Holiseh, H., & Izzatusholekha, I. (2023). Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Kota Tangerang Selatan Dalam Pengembangan Digitalisasi Umkm. *Pentahelix*, 1(2), 201. <https://doi.org/10.24853/penta.1.2.201-216>
- Joesyiana, K., Zainal, H., Harahap, A. R., Mildawati, R., Yuzalmi, N., & Wahyuni, S. (2023). Pelatihan Strategi Promosi Media Sosial Kelompok Wanita Tani Beringin Indah. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(5), 1264-1272. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i5.15369>
- Mariam, S., & Ramli, A. H. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Membangun Praktik Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran Umkm Di Kota Jakarta Barat. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, 3(4), 379-390. <https://doi.org/10.53067/icjcs.v3i4.149>
- Normawati, R. A., Wardani, S. I., & Widayani, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Sarana Komersialisasi Produk Kampung Batik Kembang Turi Blitar. *Dinamisia : Jurnal*

Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1), 253–261.
<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i2.4157>

Peng, L. (2021). Impact of Tik Tok on digital marketing based on case studies and SWOT analysis. Proceedings of the 2021 12th International Conference
<https://doi.org/10.1145/3450148.3450188>

Permana, E., Thalib, S., & Wulandjani, H. (2024). Pendampingan Digital Marketing Terhadap UMKM Binaan FEB UP Kuji Milk. SULUH: Jurnal Abdimas.
<https://doi.org/10.35814/suluh.v5i2.5432>

Raafi'udin, R., Hananto, B., & Dewi, C. N. P. (2020). Pelatihan Desain Grafis untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Menambah Daya Saing Masyarakat Kecamatan Pasar Minggu Jakarta Selatan. SULUH: Jurnal Abdimas, 2(1), 70–77. <https://doi.org/10.35814/suluh.v2i1.1570>

Susantiningrum, S., Triharyanto, E., & Hantari, D. (2020). Analisis Swot Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Pusat Pengembangan Kewirausahaan. Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis, 25(2), 96. <https://doi.org/10.20961/jkb.v25i2.45511>

Wahyudin, W., Herwanto, D., Nugraha, B., Hamdani, H., & Putra, C. G. G. (2021). Pemberdayaan Strategi Umkm Melalui Pengabdian Kepada Masyarakat Dengan Pendekatan Analisis Swot. SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 5(1), 236.
<https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6225>