

AdindaMas

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 2 Nomor 2, Januari 2023

DOI: <https://doi.org/10.37726/adindamas.v2i2.362>

Pendampingan *Digital Marketing* Pada Pelaku UMKM Nila Oscar di Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta

Mila Sari Oktapianti¹, Dhita Fitriani Pratiwi², Riski Siti Nurjanah³, Roni Sahputra
Mendrofa⁴^{1,2,3,4} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta
Jalan Veteran No. 150-152 Ciseureuh Purwakarta Jawa Barat 41118¹milasarioktapianti@gmail.com²18461068@sties-purwakarta.ac.id³18462008@sties-purwakarta.ac.id⁴18462033@sties-purwakarta.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) selalu mengalami tantangan, tetapi tidak menjadi sebuah halangan bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya lebih maju lagi. Efek penggunaan digital yang semakin berkembang dengan baik memberi pengaruh positif terhadap perkembangan UMKM dalam hal pemasarannya. Tujuan program pengabdian kepada masyarakat (PKM) untuk membantu pemasaran produk UMKM Nila Oscar di Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta berbasis digital. Metode PKM ini menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan. Hasil program pengabdian kepada masyarakat tentang Pendampingan *Digital marketing* Pada Pelaku UMKM Nila Oscar di Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta yang dilaksanakan oleh Tim PKM melalui beberapa tahapan, secara teknis sudah dilalui dengan baik dan sesuai jadwal. Kegiatan Pendampingan *Digital marketing* sangat dinantikan Pelaku UMKM Nila Oscar, karena mereka berharap program pendampingan ini bisa menambah jumlah produksi UMKM Ikan asin. Selain itu pendampingan ini memberikan warna baru dalam proses pemasaran kepada para pelaku UMKM Nila Oscar yang berada di Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta, yang biasanya menggunakan cara tradisional, sekarang sudah bisa pemasaran secara digital.

Kata kunci – Pendampingan, *Digital marketing*, UMKM Ikan asin, Nila Oscar

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 2, Nomor 2, Januari 2023

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/adindamas/>ISSN: [2798-2874](#) (Media Online) [2798-4702](#) (Media Cetak)

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) always experience challenges, but this is not an obstacle for MSMEs to develop their business even further. The effect of digital use which is growing well has a positive influence on the development of MSMEs in terms of marketing. The aim of the community service program (PKM) is to help digital-based marketing of Nila Oscar MSME products in Jatimekar Jatiluhur Village, Purwakarta. This PKM method uses a training and mentoring approach. The results of the community service program regarding Digital marketing Assistance for Oscar Tilapia MSME Actors in Jatiluhur Village Jatimekar Jatiluhur Purwakarta which was carried out by the PKM Team through several stages, technically it had gone well and on schedule. The Digital marketing Assistance activities are highly anticipated by Oscar Tilapia MSME actors, because they hope that this assistance program can increase the amount of Salted Fish MSME production. In addition, this assistance provides a new color in the marketing process for Tilapia Oscar MSME actors in Jatiluhur Village, Jatiluhur, Purwakarta, who usually use traditional methods, now can do Digital marketing.

Keywords – Assistance, Digital marketing, salted fish SMEs, Tilapia Oscar

I. PENDAHULUAN

Ikan asin merupakan produk yang memiliki banyak sekali manfaat bagi kesehatan. Selain itu Ikan asin mengandung beberapa zat nutrisi yang diperlukan oleh tubuh seperti : seng, zat besis, yodium, magnesium, asam lemak, omega-3, vitamin D dan B2 (*riboflavin*), kalsium, fosfor, dan kalium. Selain itu permintaan ikan asin yang memenuhi syarat pengolahan yang aman dan higienis meningkat sangat tinggi, terlebih pada masyarakat yang semakin mengerti dan memahami pola konsumsi sehat. Maka dari perpaduan antara ikan patin dan ikan asin inilah dibuat sebuah produk dengan nama ikan asin patin fermentasi. Biasanya pelaku UMKM ikan asin ini tinggal di daerah yang berdekatan dengan danau atau laut, agar memudahkan mereka untuk mendapatkan ikan dengan kualitas yang baik sehingga mendapatkan hasil ikan asin yang bagus¹.

Jatimekar adalah sebuah desa di Kecamatan Jatiluhur, Purwakarta, Jawa Barat, Indonesia². Dimana di desa ini terdapat Waduk Ir. H. Djuanda atau biasa kita kenal sebagai Waduk Jatiluhur yang merupakan salah satu penghasil komoditas perikanan di Jawa Barat. Waduk ini didirikan pada tahun 1967 dan terletak di Kabupaten Purwakarta dengan luas 8300 hektare pada ketinggian 110 meter di atas permukaan

¹ Elys Fauziyah, Dwi Ratna Hidayati, and Andrie Kisroh Sunyigono, "Pendampingan UKM Permata Samudra Dalam Pengelolaan Usaha Pembuatan Produk Ikan Asin," *Jurnal Abdimas Mahakam* 4, no. 1 (2020): 164.

² Julianti Sawitri Rahayu et al., "Sosialisasi Digital Marketing Pada UMKM Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta," *ADINDAMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 88-99.

laut. Pada 10 tahun pertama setelah pembendungan, nelayan setempat banyak menangkap jenis-jenis ikan asli sungai Citarum, seperti ikan hampal dan ikan jambal. Kondisi ini relatif tidak berubah hingga 20 tahun ke depan³. Pada tahun 2007 atau tepatnya 40 tahun setelah pembendungan, komunitas ikan telah mengalami perubahan. Ikan asli Citarum sudah sulit tertangkap nelayan dan digantikan oleh ikan introduksi berupa ikan oscar, nila, patin, dan golsom. Potensi perikanan yang melimpah di Wilayah Jatiluhur tersebut menstimulasi munculnya produk-produk olahan berbahan dasar ikan yang memiliki nilai jual di wilayah Purwakarta seperti ikan asin, petis ikan, kerupuk ikan, dan usaha lainnya yang berbahan dasar ikan.

Kegiatan usaha olahan ikan di Jatimekar pada dasarnya sudah dijalankan secara baik, kegiatan olahan ikan ini dilakukan dalam skala *home industry*. Salah satu *home industry* yang menjalankan usaha olahan ikan ini adalah kelompok UMKM Nila Oscar. Sebelum terbentuknya kelompok UMKM ini, para pelaku usaha di Desa Jatimekar ini membuat olahan ikan masing-masing. Namun pada tanggal 7 Februari 2012 diadakan pelatihan oleh Dinas Perikanan lalu dari situlah mulai dibentuk sebuah kelompok UMKM dengan nama Nila oscar, yang terdiri dari ketua, bendahara, sekretaris, dan 10 anggota lainnya. Kemudian pada tanggal 24 Oktober 2016 kelompok UMKM Nila Oscar mendapatkan pelatihan dari Dinas BBP3KP, Dinas Perikanan Jakarta dan dari situlah terbentuk sebuah Brand yang bernama "Ikan Asin Patin Fermentasi".

Produk ikan asin yang dibuat oleh UMKM Nila Oscar sudah berkembang dengan baik. Berdasarkan sudut pandang produksi, usaha ini telah berjalan secara rutin. Perkembangan yang bisa dilihat dari produk ini adalah sudah bisa bersaing dengan produk olahan ikan asin yang lain, perizinan usaha yang sudah ada, dijamin *higienis* karena mempunyai kemasan yang teruji kebersihan dan keamanannya, juga banyaknya nilai gizi yang terkandung dalam olahan ikan asin patin fermentasi⁴. Salah satu kendala yang ada di produk olahan ikan asin UMKM Nila oscar ini adalah dari segi pemasaran, karena ikan asin patin fermentasi ini lebih banyak melakukan pemasaran di luar daerah Purwakarta, sedangkan untuk di daerah Purwakarta sendiri masih banyak yang belum mengetahui tentang produk ikan asin patin fermentasi ini⁵.

Namun pada tahun 2020 Indonesia mulai mengalami dampak dari adanya COVID-19 ini memberikan dampak yang sangat signifikan pada perekonomian domestik negara-bangsa dan keberadaan UMKM di Indonesia⁶. Laporan *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) menyebutkan bahwa pandemi ini berimplikasi terhadap ancaman krisis ekonomi besar yang ditandai dengan

³ Duaistanto Journey, "Sejarah Dan Wisata Waduk Jatiluhur - Bendungan Terbesar Di Indonesia."

⁴ A B U Khanifah And Others, "Dampak Pembinaan Usaha Pengolahan Hasil Perikanan Dalam Menumbuhkembangkan Potensi Umkm Olahan Ikan Oleh Dinas Perikanan Kabupaten Tulungagung" (2019).

⁵ Tati Rohaeti, "Wawancara Tentang Pemasaran Digital Pada Pelaku UMKM Nila Oscar Di Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta" (Purwakarta: Pelaku UMKM Nila Oscar, 2022).

⁶ Aknolt Kristian Pakpahan, "COVID-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah," *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* 0, no. 0 (2020): 59-64.

terhentinya aktivitas produksi di banyak negara, jatuhnya tingkat konsumsi masyarakat, hilangnya kepercayaan konsumen, jatuhnya bursa saham yang pada akhirnya mengarah kepada ketidakpuasan. Dalam situasi pandemi ini, menurut Kemenkop UMKM terdapat sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan: sekitar 56 persen melaporkan terjadinya penurunan penjualan, 22 persen melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15 persen melaporkan pada masalah distribusi barang, dan 4 persen melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah⁷.

Maka dari itu dengan adanya hal di atas UMKM Nila Oscar mengalami beberapa kendala akibat dari COVID-19 ini, salah satunya berkaitan dengan pemasaran. Pemasaran di masa pandemic ini memang sulit dilakukan jika ingin memasarkan secara langsung, karena adanya pembatasan kegiatan sosial di masyarakat. Maka dari itu dimasa pandemic ini pemasaran ikan asin patin fermentasi mengalami penurunan, lalu di siasati dengan pemasaran digital, yaitu dengan pemasaran menggunakan media sosial seperti (*WhatsApp* dan *Facebook*).

Berdasarkan uraian di atas, maka tim PKM melihat peluang usaha yang dijalankan oleh UMKM Nila Oscar ini sangat besar, terlihat dari pemakaian ikan patin untuk dijadikan ikan asin yang merupakan salah satu nilai produk yang diunggulkan. Selain itu, tim PKM melihat peluang dan permasalahan yang ada untuk dijadikan program Pendampingan *Digital marketing* pada pelaku UMKM Nila Oscar di Desa Jatimekar, Jatiluhur Purwakarta, dalam memanfaatkan peluang yang ada, guna mendongkrak perekonomian pengrajin ikan asin khususnya dan semua UMKM di Desa Jatimekar pada umumnya.

Program PKM tentang Pendampingan *Digital marketing* pada pelaku UMKM Nila Oscar di Desa Jatimekar, Jatiluhur Purwakarta ini bertujuan untuk membantu pemasaran produk UMKM Nila Oscar di Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta berbasis digital, sehingga masyarakat luas mengetahui produk ikan asin patin hasil fermentasi dan bisa menikmatinya.

II. METODE

A. Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan PKM tentang Pendampingan *Digital marketing* pada pelaku UMKM Nila Oscar di Desa Jatimekar, Jatiluhur Purwakarta ini dilaksanakan pada tanggal 31 Januari – 6 Februari 2022.

⁷ Gina Nurushohifa Khaeruddin, Kholil Nawawi, And Abrista Devi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Ukm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Desa Bantar Jaya Bogor)," *Jurnal Akrab Juara* 5, No. 4 (2020): 86-101.

B. Ruang Lingkup dan Objek Pengabdian

Objek yang menjadi sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelaku UMKM Nila Oscar yang ada di lingkungan desa Jatimekar, Kec. Jatiluhur, Kab. Purwakarta.

C. Pendekatan Atau Teknik Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan. Pelatihan tentang *Digital marketing*, dan pendampingan tentang pemasaran secara digital atau *virtual*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelatihan *Digital marketing* UMKM Nila Oscar Menjadi Ikan Asin

Sebelum pelatihan *Digital marketing* pelaku UMKM ikan asin diajarkan cara mengolah ikan asin supaya terlihat menarik saat di kemas dan dipasarkan. Selain itu, tim PKM memberikan edukasi teknik pengolahan ikan asin yang benar, mengolah ikan dengan cara yang higienis dan sehat.

Gambar 3.1
Pendampingan Pembuatan UMKM Ikan Asin



Sebelum melakukan *Digital marketing* dilakukan terlebih dahulu pengelolaan yang harus di siakan yaitu harus adanya ikan patin setelah itu dilakukan proses pemotongan kepala ikan patin tersebut lalu di keluarkan organ dalam ikan sehingga tidak meninggalkan darah sedikit pun. Setelah proses itu selesai lalu ikan di rendam di dalam air selama 1x24 jam hingga mengapung, itulah yang disebut proses fermentasi. Setelah proses fermentasi selesai lalu proses pembelahan (*butterfly*) selanjutnya yaitu penggaraman dan di diamkan kembali selama 2x24 jam, setelah selesai penggaraman, hasil penggaraman di cuci sampai bersih lalu masuk kedalam proses penjemuran selama 3 hari dibawah sinar matahari. Setelah selesai pejemuran ikan asin siap di angkat dan di kemas untuk proses pendistribusian. Tim PKM Desa Jatimekar melakukan pendampingan UMKM pembuatan ikan asin mulai dari proses pembuatan hingga pemasaran. Sehingga pendampingan ini bisa menunjang proses pemasaran ikan asin tersebut.

ADINDAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Volume 2, Nomor 2, Januari 2023

<http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/adindamas/>

ISSN: 2798-2874 (Media Online) 2798-4702 (Media Cetak)

Gambar 3.2
Hasil Fermentasi Ikan Patin Sudah Jadi Ikan Asin Siap Kemas



Sesudah melakukan pendampingan pembuatan ikan asin, selanjutnya Tim PKM Desa Jatimekar memberikan arahan tentang teknik pengolahan ikan asin yang benar dan *higienis*. Sehingga produk yang sudah jadi akan tahan dalam suhu ruang sekitar 3 bulan, dan jika di simpan dalam suhu dingin atau bisa disebut dengan *Frozen* bisa bertahan sampai 1 tahun. Sehingga konsumen bisa menyimpan stok ikan asin di rumah masing-masing.

Selanjutnya tim PKM memberikan pelatihan tentang *Digital marketing*, *Digital marketing* diartikan dengan pemasaran di mana pesan dikirim menggunakan media yang tergantung pada transmisi digital. Namun sejauh ini, internet merupakan media digital paling signifikan, banyak sekali tokoh yang mengemukakan bahwa terjadi perubahan dalam pemasaran yang disebabkan karena perkembangan teknologi, terutama internet. Keuntungan dari *Digital marketing* menggunakan internet adalah lebih mudah, lebih murah atau lebih cepat untuk berkomunikasi serta dalam hal pemasarannya⁸. Selain itu pelatihan *Digital marketing* ini sangat membantu pemasaran produk Ikan Asin Patin Fermentasi, sehingga pemasaran ini bisa dikirim ke seluruh manca negara. Sesuai dengan rencana program pengabdian kepada masyarakat tim PKM, langkah awal yang tim lakukan adalah pelatihan *Digital marketing* UMKM Ikan Asin.

Gambar 3.3
Pelatihan *Digital marketing* Bersama Pelaku UMKM Ikan Asin



⁸ Elisa Susanti, "Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatiningor," *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat* 1, No. 2 (2020): 36-50.

Pelatihan *Digital marketing* dilakukan untuk mensosialisasikan kepada pelaku UMKM tentang pentingnya *Digital marketing* bagi kelangsungan usaha. Karena pemasaran secara digital bisa membantu memperluas pasar, dan jangkauan konsumen yang lebih variasi juga, bahkan tidak menutup kemungkinan pelaku UMKM ikan asin mendapatkan pesanan dari pasar luar negeri melalui pemasaran digital ini. Manfaat *Digital marketing* lainnya adalah lebih hemat biaya promosi, menjaga target pasar lebih luas, membantu meningkatkan penjualan, membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan, dan dapat lebih akurat dan cepat dalam proses pemasaran.

B. Pendampingan *Digital Marketing* Kepada UMKM Nila Oscar Menjadi Ikan Asin

Untuk mengoptimalkan hasil dari kegiatan sosialisasi ini, maka pada tahap kedua kegiatan PKM ini adalah melakukan pendampingan terhadap pelaku UMKM Nila Oscar dalam menjalankan pemasaran produknya secara *digital*. Pendampingan yang tim PKM lakukan adalah dengan melakukan promosi di sosial media. Promosi merupakan penyajian penjualan *non personal* yang dikomunikasikan melalui bentuk media atau non-media untuk mempengaruhi sejumlah besar konsumen. Melalui pendampingan ini pelaku UMKM Nila Oscar melakukan promosi melalui internet marketing (melalui *instant Messaging Marketing* seperti *WhatsApp* dan media sosial *Facebook*).

Gambar 3.4

Pendampingan Pemasaran UMKM Ikan Asin Patin Fermentasi Via Media Sosial

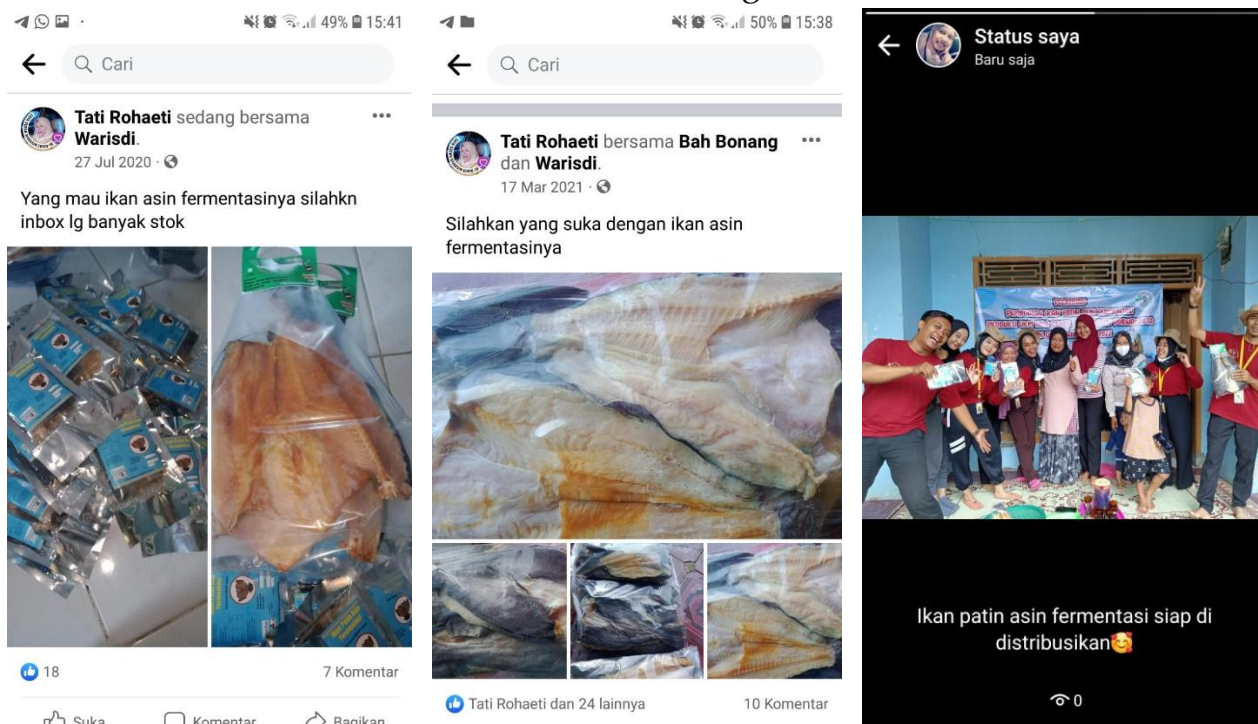


Digital marketing mempunyai beberapa manfaat bagi para pelaku UMKM, yaitu *Digital marketing* bisa digunakan untuk semua jenis usaha, menjangkau konsumen secara personal, menjangkau target pasar yang lebih luas, biaya relatif lebih rendah dan bisa diatur sendiri, dan dimasa sekarang 70% masyarakat lebih suka memakai

internet maka cara pemasaran secara digital ini lebih memudahkan para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya⁹.

Gambar 3.5

Bukti Pemasaran Digital



Tahapan-tahapan dalam *Digital marketing*, yaitu¹⁰ :

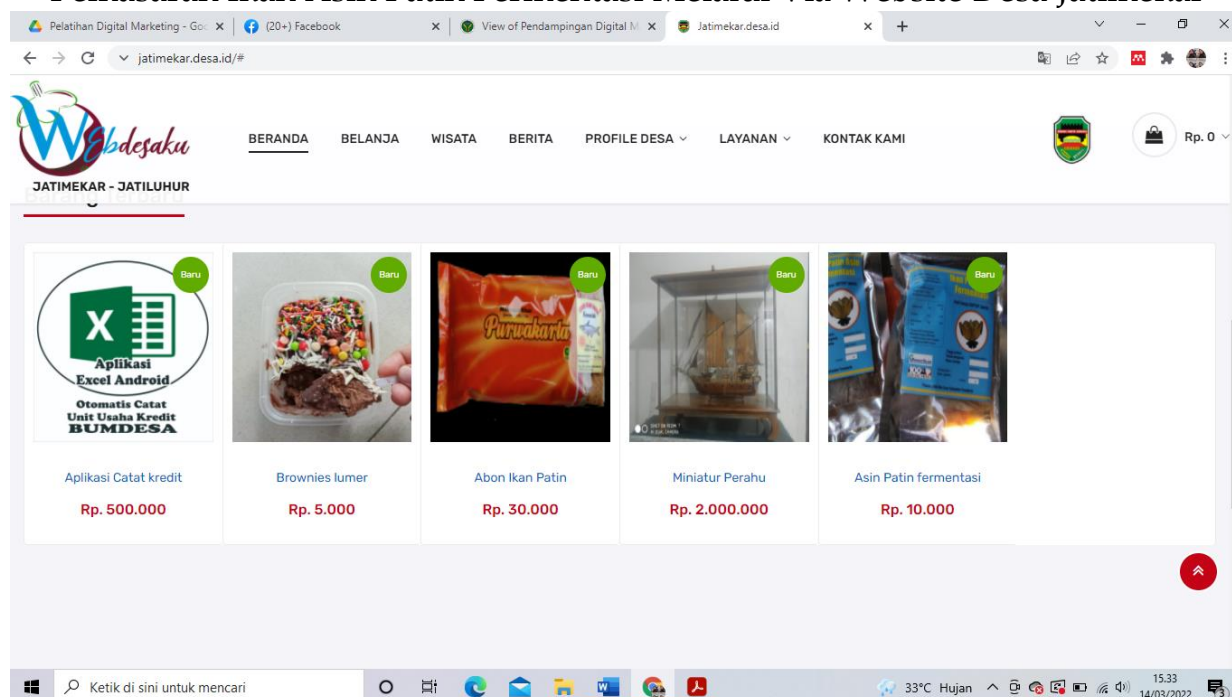
1. Tentukan sasaran konsumen,
2. Identifikasi kebutuhan target pasar,
3. Susun *marketing plan*,
4. Manfaatkan berbagai media *Digital marketing* (Google bisnis, *WhatsApp* bisnis, website, *Instagram*, dan sebagainya),
5. Pahami metrik *Digital marketing* dan evaluasi,
6. Gunakan *marketing tools* untuk bisnis,
7. Terapkan strategi *copy writing* yang menarik.

Selain menggunakan *WhatsApp* dan *Facebook* UMKM Nila Oscar juga mempromosikan produk Ikan Asin Patin Fermentasi melalui website desa Jatimekar. Sebagai bentuk mengembangkan UMKM yang berada di desa Jatimekar sehingga terstruktur dan tertata. Sehingga produk bisa di akses oleh seluruh pengguna media sosial dan website.

⁹ Vivi Fatimatuzzuhro, "Analisis Sistem Penjualan Produk Berbasis Online Koperasi Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus" (Stain Kudus, 2017).

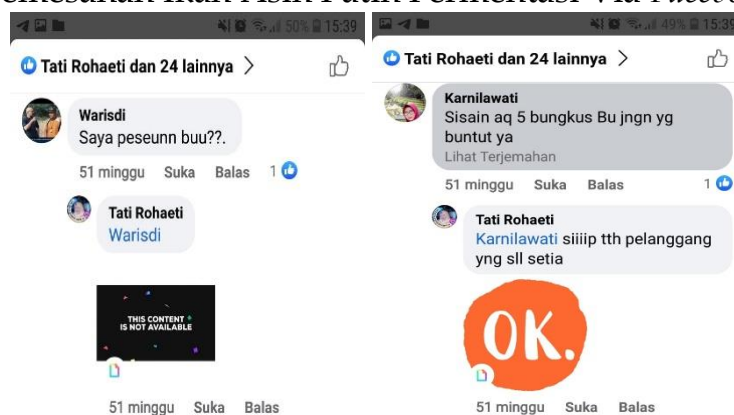
¹⁰ Rina Nurhayati, "Wawancara Tentang Digital Marketing" (Purwakarta: Akademisi, 2022).

Gambar 3.6
Pemasaran Ikan Asin Patin Fermentasi Melalui Via Website Desa Jatimekar



Dari gambar diatas itulah salah satu website pemasaran UMKM yang ada di Desa Jatimekar, selain ikan asin patin fermentasi ada beberapa produk yang dipasarkan oleh website desa di antaranya : Aplikasi Catat Kredit, Brownies Lumer, Abon Ikan Patin, dan Miniatur Perahu. Sehingga masyarakat yang ada diluar daerah Desa Jatimekar pun bisa melihat produk yang dipasarkan di dalam website tersebut dan bisa memesan secara online dan dikirim oleh ekspedisi.

Gambar 3.4
Pemesanan Ikan Asin Patin Fermentasi Via Facebook



Dari gambar diatas adalah salah satu contoh pemesanan ikan asin patin fermentasi melalui fitur komentar dari Facebook lalu dikemas dan dikirim dengan cara *Cash On Delivery* (COD).

Dalam mengembangkan suatu program periklanan, para pelaku UMKM perlu memperhatikan motif pembeli dan pasar sasaran¹¹. Keputusan periklanan meliputi 5M:

1. *Mission* (apa tujuan iklan),
2. *Money* (berapa banyak uang yang dikeluarkan),
3. *Message* (pesan apa yang seharusnya dikirim),
4. *Media* (media apa yang seharusnya digunakan),
5. *Measurement* (bagaimana hasilnya dievaluasi).

IV. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat tentang Pendampingan *Digital marketing* kepada Pelaku UMKM Nila Oscar di Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta yang dilaksanakan oleh Tim PKM melalui beberapa tahapan, secara teknis sudah dilalui dengan baik dan sesuai jadwal. Kegiatan Pendampingan *Digital marketing* sangat dinantikan Pelaku UMKM Nila Oscar, karena mereka berharap program pendampingan ini bisa menambah jumlah produksi UMKM Ikan asin. Selain itu pendampingan ini memberikan warna baru dalam proses pemasaran kepada para pelaku UMKM Nila Oscar yang berada di Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta, yang biasanya menggunakan cara tradisional, sekarang sudah bisa pemasaran secara digital.

V. UCAPAN TERIMAKASIH

Kami selaku tim PKM mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini, mulai dari Kepala Desa Jatimekar, pelaku UMKM Nila Oscar, dan masyarakat Desa Jatimekar serta Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Indonesia Purwakarta yang telah dilaksanakan dari tanggal 22 Januari-23 Februari 2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. "Lima Keputusan Utama (5M) Dalam Mengelola Program Periklanan | TipsSerbaSerbi." *2*<https://Tipsserbaserbi.Blogspot.Com/>. Last modified 2016. Accessed February 25, 2022. <https://tipsserbaserbi.blogspot.com/2016/09/lima-keputusan-utama-5m-dalam-mengelola-program-periklanan.html>.
- Duaistanto. "Sejarah Dan Wisata Waduk Jatiluhur - Bendungan Terbesar Di Indonesia." *Https://Www.Duaistanto.Com/*. Last modified 2021. Accessed February 25, 2022. <https://www.duaistanto.com/2021/09/sejarah-dan-wisata-waduk-jatiluhur.html>.
- Fatimatuzzuhro, Vivi. "Analisis Sistem Penjualan Produk Berbasis Online Koperasi

¹¹ Admin, "Lima Keputusan Utama (5M) Dalam Mengelola Program Periklanan | Tipsserbaserbi," Accessed March 15, 2022, <https://Tipsserbaserbi.Blogspot.Com/2016/09/Lima-Keputusan-Utama-5m-Dalam-Mengelola-Program-Periklanan.Html>.

- Serba Usaha Padurenan Jaya Kudus." STAIN Kudus, 2017.
<http://repository.iainkudus.ac.id/2551/>.
- Fauziyah, Elys, Dwi Ratna Hidayati, and Andrie Kisroh Sunyigono. "Pendampingan UKM Permata Samudra Dalam Pengelolaan Usaha Pembuatan Produk Ikan Asin." *Jurnal Abdimas Mahakam* 4, no. 1 (2020): 164.
- Khaeruddin, Gina Nurushohifa, Kholil Nawawi, and Abrista Devi. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Desa Bantar Jaya Bogor)." *Jurnal Akrab Juara* 5, no. 4 (2020): 86-101.
- Khanifah, Abu. "Dampak Pembinaan Usaha Pengolahan Hasil Perikanan Dalam Menumbuhkembangkan Potensi UMKM Olahan Ikan Oleh Dinas Perikanan Kabupaten Tulungagung." IAIN Tulungagung, 2019.
<http://repo.uinsatu.ac.id/10940/>.
- Pakpahan, Aknolt Kristian. "COVID-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* 0, no. 0 (2020): 59-64.
- Rahayu, Julianti Sawitri, Mohammad Fahrizal, Siska Rahmayanti, and Mila Sari Oktapianti. "Sosialisasi Digital Marketing Pada UMKM Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta." *ADINDAMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 88-99.
- Rina Nurhayati. "Wawancara Tentang Digital Marketing," 2022.
- Susanti, Elisa. "Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor." *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat* 1, no. 2 (2020): 36-50.
- Tati Rohaeti. "Wawancara Tentang Pemasaran Digital Pada Pelaku UMKM Nila Oscar Di Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta," 2022.