



Pemberdayaan UMKM Ariezta Art melalui Peningkatan Promosi Digital dan Pengembangan Bisnis

Empowering the Ariezta Art MSME through Digital Promotion Enhancement and Business Development

Yayan Nuryana^{1*}, Victor Prasetya², Siti Masrokhah³, Arif Rahman⁴

¹⁻⁴ Institut Teknologi dan Bisnis ADIAS Pemalang, Indonesia.

E-mail: ilmuakuntansi21@gmail.com^{1*}, victor.prasetya2@gmail.com²,
sitimasrokhah74@gmail.com³, arrmann016@gmail.com⁴

Alamat Kampus: Jalan Tegalmati no.22 Petarukan, Pemalang, Indonesia.

*Korespondensi Penulis: ilmuakuntansi21@gmail.com

Article History:

Received: May 30, 2025

Revised: June 18, 2025

Accepted: July 08, 2025

Published: July 09, 2025

Keywords: Digital Promotion,
Product Design, Training,
Financial Bookkeeping.

Abstract: Ariezta Art is a micro-enterprise in Sidorejo Village, Pemalang Regency, producing handmade resin-based crafts. The business faces several challenges, such as limited digital marketing skills, unsystematic product design, and lack of basic financial recording. This community service program seeks to empower Ariezta Art through digital promotion training, product design assistance aligned with market demands, and basic financial literacy education. The implementation stages include identifying partner needs, preparing relevant training modules, and evaluating program outcomes. Results show improved partner capability in utilizing social media for promotion and recording daily financial transactions. Additionally, product designs have become more attractive and market-oriented. This program is expected to contribute to strengthening the competitiveness and business continuity of Ariezta Art, helping the MSME face the dynamic demands of the creative market.

Abstrak

UMKM Ariezta Art merupakan usaha mikro yang berlokasi di Desa Sidorejo, Kabupaten Pemalang, dengan produk kerajinan tangan berbahan dasar resin. UMKM ini menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan dalam promosi digital, desain produk yang belum sesuai selera pasar, serta kurangnya pencatatan keuangan dasar. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memberdayakan Ariezta Art melalui pelatihan promosi digital, pendampingan desain produk berbasis pasar, dan edukasi akuntansi dasar. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan modul pelatihan, dan evaluasi hasil program. Hasilnya menunjukkan peningkatan kemampuan mitra dalam menggunakan media sosial untuk promosi dan pencatatan transaksi keuangan harian. Selain itu, desain produk menjadi lebih menarik dan sesuai tren pasar. Program ini diharapkan dapat memperkuat daya saing serta keberlanjutan usaha Ariezta Art dalam menghadapi dinamika pasar kreatif.

Kata Kunci: Promosi Digital, Desain Produk, Pelatihan, Pembukuan Keuangan.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional. Menurut Tambunan (2019) dalam bukunya *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, UMKM memiliki peran vital dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengentasan kemiskinan di daerah-daerah yang belum tersentuh industri besar. Lebih lanjut, menurut Zimmerer dan Scarborough (2005) dalam buku *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, UMKM memiliki fleksibilitas tinggi dalam menghadapi perubahan pasar dan mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, menjadikannya sebagai tulang punggung perekonomian di banyak negara berkembang. UMKM juga memainkan peran penting dalam distribusi pendapatan secara lebih merata dan mengurangi kesenjangan ekonomi antarwilayah.

Oleh karena itu, sebagaimana disarankan oleh McMillan dan Woodruff (2002) dalam jurnal *The Economics of Transition*, negara-negara berkembang harus mendorong tumbuhnya UMKM melalui kebijakan yang berpihak dan sistem pembinaan yang terstruktur. Dukungan terhadap UMKM bukan hanya tanggung jawab pemerintah, tetapi juga membutuhkan keterlibatan lembaga keuangan, akademisi, dan masyarakat luas agar sektor ini dapat berkembang secara berkelanjutan dan berkontribusi maksimal terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Salah satu langkah mendasar dalam membangun keberlanjutan usaha mikro adalah dengan memperkuat aspek formalitas legal dan identitas merek. Memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) serta logo yang merepresentasikan karakter dan nilai-nilai bisnis menjadi komponen penting dalam proses transformasi UMKM menuju entitas usaha yang profesional dan siap bersaing (Kasmir, 2015; Ma'ruf, 2020).

UMKM Ariezta Art, sebuah usaha mikro yang berlokasi di Desa Pecangakan, Kabupaten Pematang, merupakan contoh menarik dalam konteks ini. Sebagai pelaku usaha di bidang kerajinan tangan berbahan dasar resin, Ariezta Art telah menghasilkan produk-produk dekoratif yang unik dan bernilai seni tinggi. Namun, sebagaimana banyak UMKM lainnya, tantangan besar justru terletak pada aspek administratif dan branding, termasuk pengurusan legalitas usaha seperti NIB, serta pengembangan logo yang mampu menggambarkan citra usaha secara konsisten dan profesional (Hidayat, 2021; Kotler & Keller, 2016).

Menyadari urgensi permasalahan tersebut, pendekatan pengabdian masyarakat yang bersifat kolaboratif dan sistematis menjadi sangat penting. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2008), dukungan eksternal berupa pendampingan dan pelatihan terstruktur dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih siap dalam menghadapi tuntutan pasar modern. Kegiatan seperti pendampingan pengurusan NIB, perancangan logo usaha, pembuatan akun media sosial (Instagram, GrabFood), penyusunan laporan keuangan sederhana, pembuatan sertifikat halal, hingga pelatihan penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP), akan sangat membantu memperkuat pondasi manajerial dan pemasaran UMKM.

Pendekatan ini juga selaras dengan pendapat Hisrich, Peters, & Shepherd (2017), yang menekankan pentingnya pemberdayaan UMKM tidak hanya dari aspek produksi, tetapi juga dari sisi administratif, *branding*, dan literasi digital. Dengan adanya intervensi ini, UMKM seperti Ariezta Art tidak hanya akan mampu memenuhi persyaratan formal sebagai pelaku usaha legal, tetapi juga mendapatkan nilai tambah dalam hal kepercayaan konsumen, daya saing pasar, serta orientasi pertumbuhan jangka panjang.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung pada tanggal 24 Juni hingga 24 Juli 2024, dengan objek kegiatan yaitu UMKM Ariezta Art Mahar dan Hantaran, yang berlokasi di Desa Sidorejo, Kecamatan Comal, Kabupaten Pematang Jaya. Adapun rangkaian kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu perencanaan dan persiapan, pelaksanaan program, serta evaluasi dan penyampaian hasil.

a. Tahap Perencanaan dan Persiapan

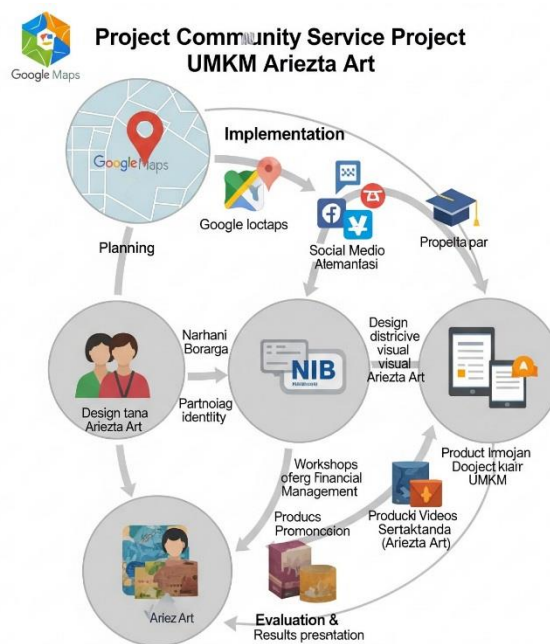
Kegiatan perencanaan dilakukan pada tanggal 26 Juni 2024, yang diawali dengan membangun komunikasi intensif dengan pemilik usaha sebagai mitra kegiatan. Selanjutnya, tim pelaksana melakukan observasi dan survei lapangan guna mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Ariezta Art. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, disusunlah program pendampingan yang difokuskan pada aspek yang membutuhkan penguatan, baik dari sisi administratif, pemasaran, maupun manajerial.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahapan ini berlangsung pada tanggal 30 Juni hingga 23 Juli 2024, dengan fokus pada implementasi program kerja yang telah dirancang sebelumnya. Program pendampingan mencakup berbagai kegiatan strategis sebagai berikut:

- 1) Dokumentasi dan penambahan foto produk mahar dan hantaran pada Google Maps untuk meningkatkan visibilitas digital.
 - 2) Pembuatan dan pengelolaan akun media sosial (Instagram) serta akun Shopee sebagai sarana pemasaran daring.
 - 3) Fasilitasi pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas formal usaha.
 - 4) Desain dan pencetakan banner promosi, logo usaha, dan plang penunjuk lokasi untuk memperkuat identitas visual UMKM.
 - 5) Penyusunan dan pembuatan nota pembelian, stempel usaha, dan profil perusahaan.
 - 6) Pelatihan penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP) dan laporan keuangan sederhana.
 - 7) Produksi video promosi dan video proses produksi untuk keperluan branding digital.
- c. Tahap Evaluasi dan Penyampaian Hasil Sekaligus Penarikan Kegiatan Pengabdian Ke Masyarakat

Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaan kegiatan. Permasalahan-permasalahan yang masih dihadapi oleh UMKM Ariezta Art dibahas secara partisipatif antara tim pengabdian dan pihak mitra. Hasil diskusi tersebut menghasilkan beberapa alternatif solusi yang kemudian dirumuskan menjadi rekomendasi implementatif. Kegiatan ditutup dengan penyampaian hasil kegiatan secara komprehensif serta penarikan tim dari lokasi mitra.



Gambar 1. Rangkaian Kegiatan

3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pendampingan strategis terhadap pengembangan usaha produksi kerajinan mahar dan hantaran pada UMKM Ariezta Art, yang berlokasi di Desa Sidorejo, Kecamatan Comal, Kabupaten Pematang. Program ini terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu: observasi (perencanaan awal), pendampingan pelaksanaan, dan implementasi strategi pengembangan.

a. Tahap Observasi dan Identifikasi Permasalahan (Perencanaan Awal)

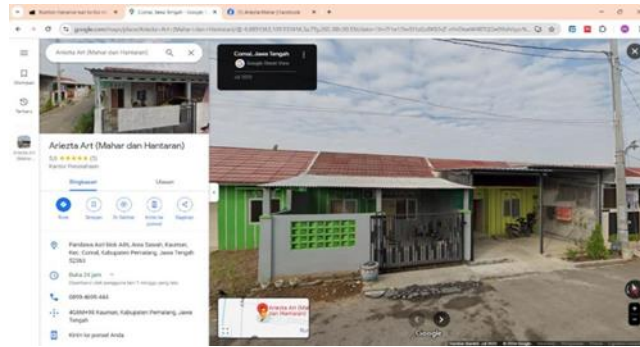
Tahap awal kegiatan pengabdian diawali dengan kunjungan lapangan ke lokasi usaha untuk melakukan observasi langsung serta komunikasi aktif dengan pemilik UMKM. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengidentifikasi secara spesifik permasalahan yang dihadapi oleh Ariezta Art dalam menjalankan kegiatan usahanya. Melalui interaksi tersebut, diperoleh informasi bahwa kendala utama mencakup aspek pemasaran digital, visualisasi produk, serta keterbatasan dalam pengembangan identitas usaha. Temuan ini kemudian dijadikan dasar penyusunan program pendampingan yang relevan dan aplikatif sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.

b. Tahap Pelaksanaan: Pendampingan Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil identifikasi sebelumnya, dilakukan pendampingan intensif terhadap mitra UMKM melalui serangkaian kegiatan terstruktur. Salah satu kegiatan awal yang dilaksanakan adalah:

1) Optimalisasi Visibilitas Produk melalui Penambahan Dokumentasi di GoogleMaps

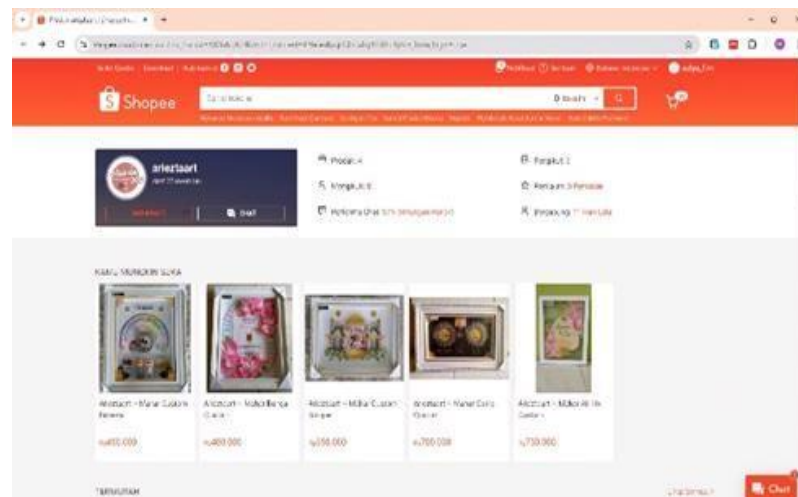
Penambahan foto-foto produk mahar dan hantaran pada platform Google Maps bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas dan visibilitas digital usaha di mata konsumen. Langkah ini tidak hanya mempermudah calon pembeli dalam melihat bentuk dan kualitas produk secara visual, tetapi juga menjadi sarana penguatan bukti bahwa Ariezta Art secara aktif memproduksi dan memasarkan kerajinan mahar dan hantaran secara mandiri. Upaya ini sejalan dengan strategi pemasaran berbasis digital yang berorientasi pada keterbukaan informasi dan kepercayaan konsumen.



Gambar 2 Google Maps

2) Pembuatan akun media sosial Instagram dan marketplace Shopee

Dilakukan sebagai bagian dari strategi digitalisasi pemasaran UMKM. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memperluas jangkauan promosi produk kepada calon konsumen secara lebih efektif. Media sosial dan platform e-commerce berfungsi sebagai kanal komunikasi interaktif antara pelaku usaha dan konsumen, sekaligus menjadi sarana transaksi penjualan yang efisien. Melalui pemanfaatan Instagram dan Shopee, UMKM Ariezta Art diharapkan mampu meningkatkan eksistensi merek, memperluas basis pelanggan, serta mendorong peningkatan volume penjualan secara berkelanjutan.



Gambar 3. Akun Shopee

3) Pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha)

Pembuatan NIB (Nomor Induk Berusaha) ini dilakukan agar UMKM mendapatkan legalitas berusaha dan juga agar UMKM mendapat kemudahan dalam mengakses bantuan pemerintah, pembiayaan dan lain-lain.

4) Pembuatan banner



**PENGABDIAN MASYARAKAT
ITB ADIAS PEMALANG**

ARIEZTA ART

*Jasa Pembuatan :
Mahar dan Hantaran*

Pesanan lain :

- Decoration
- Undangan
- Hiasan Dinding
- Souvenir

- Bingkai Custom
- Akrilik Custom
- Buket

☎ 5899-4693-444
✉ arieztaour
📍 Ariezta Mahar

Griga Perum Pandawa Atri Blok A46 Desa Sidorejo, Kec. Comal, Kab. Pemalang

5) Pembuatan logo UMKM

Pembuatan logo pada UMKM Mahar dan Hantaran Ariezta Art ini sangat penting karena merupakan sebuah identitas atau sebagai penanda dari UMKM agar mudah dikenali oleh para konsumen dan menjadi pembeda dengan pesaing lainnya.



Gambar 6. Logo Ariezta Art

6) Pembuatan plang penunjuk arah lokasi UMKM

Pembuatan plang penunjuk arah UMKM Mahar dan Hantaran Ariezta Art bertujuan agar dapat memudahkan masyarakat, khususnya pengguna jalan agar dapat mengetahui adanya UMKM Mahar dan Hantaran di Desa Sidorejo tepatnya Griya Perum Pandawa Asri sehingga dapat menarik daya tarik masyarakat yang melihat dan melewati plang di gapura masuk perumahan tersebut.



Gambar 7. Plang Petunjuk Arah Ariezta Art

7) Pembuatan stempel usaha

Bertujuan agar usaha Mahar dan Hantaran Ariezta Art ini memiliki cap sebagai tanda dari usaha dan ketika dibutuhkan pada saat di nota pembelian.



Gambar 9. Stempel UMKM Ariezta Art

8) Pembuatan profil company usaha

Pembuatan *Profil Company Usaha* bertujuan untuk membangun identitas usaha yang bisa berfungsi untuk memperkenalkan perusahaan kepada calon konsumen serta membangun kepercayaan mereka.



Gambar 11. *Profil Company*

4. DISKUSI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan UMKM Ariezta Art Mahar dan Hantaran dilaksanakan secara bertahap untuk memastikan intervensi yang diberikan tepat sasaran dan berdampak optimal terhadap pengembangan usaha. Adapun tahapan-tahapan kegiatan meliputi:

a. Tahap Observasi Awal

Observasi dilaksanakan pada tanggal **26 Juni 2024** dengan melakukan kunjungan langsung ke lokasi usaha UMKM Ariezta Art di Desa Sidorejo, Kecamatan Comal, Kabupaten Pemalang. Observasi bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi aktual serta tantangan utama yang dihadapi oleh mitra. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa keterbatasan pengetahuan serta pemanfaatan teknologi dalam operasional dan pemasaran menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha.

b. Tahap Penetapan Program Kerja

Setelah dilakukan identifikasi permasalahan, kegiatan dilanjutkan dengan **penyusunan program kerja** yang dilaksanakan pada **30 Juni 2024**. Program ini dirancang sebagai solusi atas persoalan yang dihadapi UMKM Ariezta Art, milik Bapak Slamet Ariestyo. Ruang lingkup pendampingan meliputi:

- 1) Fasilitasi pengurusan **Nomor Induk Berusaha (NIB)**
- 2) Perancangan **banner promosi, logo UMKM, dan plang penunjuk arah lokasi**
- 3) Penyusunan **daftar harga produk, nota penjualan, dan stempel usaha**
- 4) Pembuatan akun **media sosial dan marketplace** sebagai sarana promosi digital

- 5) Penyusunan **profil usaha**, serta dokumentasi berupa **foto dan video produksi dan promosi**
- 6) Penambahan titik koordinat dan foto produk pada **Google Maps**
- 7) **Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)** serta penyusunan laporan keuangan sederhana

c. Tahap Pendampingan Implementatif

Tahapan ini berlangsung dari tanggal **4 Juli hingga 23 Juli 2024**, difokuskan pada pelaksanaan langsung program kerja bersama pemilik UMKM. Kegiatan utama pada tahap ini mencakup pelatihan perhitungan **Harga Pokok Produksi (HPP)** guna membantu mitra mengetahui margin keuntungan per unit produk. Selain itu, dilakukan pula pelatihan pencatatan transaksi yang disusun ke dalam format **laporan keuangan sederhana**, agar pemilik usaha mampu memantau perkembangan finansial usahanya secara berkala.

d. Tahap Evaluasi dan Refleksi Program

Evaluasi akhir dilaksanakan pada tanggal **24 Juli 2024**, yang mencakup peninjauan kembali terhadap seluruh program yang telah dilaksanakan. Secara umum, semua program kerja berhasil direalisasikan dan menunjukkan dampak positif, khususnya dalam hal peningkatan kesadaran akan pentingnya legalitas usaha, penguatan identitas visual, pemanfaatan media digital, serta penentuan harga jual berbasis perhitungan HPP. Penerapan laporan keuangan juga memberi kontribusi terhadap pemahaman mitra dalam menilai kinerja usaha secara sistematis. Pendampingan yang dilakukan secara terstruktur ini diharapkan mampu mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM Ariezta Art dalam jangka panjang.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sudah dilakukan sesuai tahap yang direncanakan. Kegiatan ini dilakukan bersama pemilik UMKM, tim Dosen dan Mahasiswa. Pada Gambar beriku adalah jalannya kegiatan yang dilakukan.



Gambar 12. Pemasangan Banner UMKM



Gambar 13. Pembuatan HPP dan Laporan Keuangan



Gambar 14. Proses Pembuatan Media Sosial Serta Marketplace

5. KESIMPULAN

UMKM Ariezta Art merupakan unit usaha mikro yang bergerak di bidang jasa kerajinan, khususnya dalam pembuatan mahar dan hantaran, berlokasi di Griya Perum Pandawa Asri, Desa Sidorejo, Kecamatan Comal, Kabupaten Pematang Jaya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan ini dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi nyata dalam membantu mitra menyelesaikan berbagai permasalahan usaha yang dihadapi, terutama terkait aspek legalitas, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan.

Pengembangan UMKM Ariezta Art masih menghadapi kendala dalam realisasinya,

yang disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia serta beberapa faktor eksternal lainnya. Oleh karena itu, tujuan utama dari program pengabdian ini adalah memberikan dukungan strategis agar UMKM tersebut dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, serta mempertahankan eksistensinya di tengah dinamika pasar yang kompetitif tidak hanya di wilayah lokal, tetapi juga secara lebih luas.

Seluruh program pendampingan yang telah dirancang berhasil dilaksanakan secara menyeluruh dan menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Capaian kegiatan meliputi: penambahan dokumentasi produk pada Google Maps, pembuatan akun media sosial (Instagram) dan marketplace (Shopee), pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), perancangan banner promosi, daftar harga produk, logo usaha, plang penunjuk arah lokasi, nota pembelian, stempel, profil usaha (company profile), penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP), laporan keuangan, serta produksi video promosi dan video proses produksi.

Kegiatan pengabdian ini juga memberikan manfaat edukatif bagi mahasiswa ITB Adias Pemalang yang terlibat secara langsung. Melalui kegiatan ini, mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku perkuliahan ke dalam konteks praktik nyata, sekaligus menjalankan amanah Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada aspek pengabdian kepada masyarakat. Sebagai rekomendasi, disarankan agar UMKM Ariezta Art menyusun dan mengimplementasikan buku transaksi yang sistematis untuk mempermudah pengelolaan keuangan secara berkelanjutan. Selain itu, diharapkan mitra dapat secara konsisten memanfaatkan seluruh hasil pendampingan, seperti logo, stempel, nota, serta sarana promosi digital yang telah disediakan oleh tim pengabdian, sebagai bagian dari penguatan tata kelola usaha.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan terhadap UMKM Ariezta Art Mahar dan Hantaran di Desa Sidorejo, Kecamatan Comal, Kabupaten Pemalang. Ucapan terima kasih secara khusus kami tujukan kepada pemilik UMKM Ariezta Art, Bapak Slamet Ariestyo, yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan ini, serta menunjukkan komitmen dan keterbukaan dalam mengikuti seluruh rangkaian program pendampingan yang meliputi legalitas usaha, perbaikan identitas visual, pemasaran digital, manajemen keuangan sederhana, dan dokumentasi produk.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Adias Pemalang, khususnya tim pembimbing dan seluruh pihak kampus yang telah memberikan dukungan moral dan administratif selama pelaksanaan kegiatan ini. Kepercayaan dan fasilitasi yang diberikan menjadi landasan utama keberhasilan program ini sebagai wujud nyata pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada aspek pengabdian kepada masyarakat. Tidak lupa, kami juga berterima kasih kepada seluruh tim, yang telah bekerja secara kolaboratif dan profesional dalam merancang, melaksanakan, hingga mengevaluasi kegiatan pengabdian ini dengan semangat integritas dan tanggung jawab sosial.

Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi UMKM mitra dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya, sekaligus menjadi pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan ke dalam kehidupan nyata di masyarakat

DAFTAR REFERENSI

- Ardiana, T. E., & Ulfah, I. F. (2023). Pendampingan penyusunan harga pokok produksi bagi pelaku UMKM di Kabupaten Ponorogo. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 1–8.
- Chamid, N., Yuliani, Y., Amalia, F., & Putri, O. A. (2023). Pemberdayaan UMKM produk mahar melalui pelatihan digitalisasi pemasaran pada Rona Creation Nganjuk. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–7.
- Dewi, D. H., Setyawati, I., Karyatun, S., Setiawan, A. R., Hardianto, M. N., & Zulfikar, A. (2023). Strategi pengembangan dan pengelolaan UMKM Desa Kalikidang Banyumas Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 2(1), 1–9.
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., AR, N. R. J., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi online store pada pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42–50.
- Firmansyah, H., & Nugroho, D. (2021). Peran digital marketing dalam peningkatan daya saing UMKM di masa pandemi. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 10(2), 133–142.
- KKU. K. 17. (2023). Pengembangan usaha produksi konveksi dan jasa bordir di Aditya Konveksi & Bordir Desa Sarwodadi Kecamatan Comal Kabupaten Pemalang. *ITB ADIAS Pemalang*.
- KKU. K. 5. (2023). Pengembangan usaha produksi telur asin dan puyuh Made Desa Gondang Kecamatan Taman, Kabupaten Pemalang. *ITB ADIAS Pemalang*.
- Lestari, P. A., & Kartini, T. (2022). Penguatan strategi promosi digital melalui pelatihan konten kreatif bagi UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 4(1), 51–59.

- Rozaq, A., Kurniawati, I. D., Yunitasari, Y., & STT, L. S. (2023). Pendampingan pemasaran produk UMKM memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(1), 88–95.
- Salam, R., & Kho, A. (2023). Pengaruh manajemen pemasaran virtual terhadap produk UMKM. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, 1(2), 198–207.
- Susanti, R., & Prasetyo, R. (2020). Peran branding dalam meningkatkan penjualan produk UMKM berbasis lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif*, 2(3), 87–94.
- Ulil, A. (2021). *Mahar uang kertas* (pp. 1–11). Tidak diterbitkan.
- Widiatmoko, J., Indarti, M. G. K., Puspitasari, E., & Hadi, S. S. (2020). Pendampingan penyusunan harga pokok produksi bagi pelaku UMKM di Kota Semarang. *Jurnal PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 206–215.
- Yuliana, S., & Ahmad, T. (2021). Strategi transformasi digital bagi UMKM dalam menghadapi era industri 4.0. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 12–20.
- Zahra, A., & Mukarromah, F. (2023). Analisis efektivitas pelatihan digital marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM binaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 2(2), 101–110.