

Peningkatan *Marketing Online Inovation* untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Amplang Kuku Macan Karya Eka

(Improving Online Marketing Innovation to Increase Sales at Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Amplang Kuku Macan by Eka)

Ugroseno Damara Prasadhana Handoyo^{1*}, Yudi Herwanto², Nur Tarbiyah³, Musliani Musliani⁴, Amanda Fitriyani⁵

¹⁻⁵ STIE MADANI, Indonesia

Email: ugroseno.damara@stiemadani.ac.id*

Article History:

Received: Juni 12, 2025;

Revised: Juni 25, 2025;

Accepted: Juli 15, 2025;

Published: Juli 31, 2025;

Keywords: Facebook, marketing, MSME, regional, social media

Abstract, Small-scale economic activities, such as micro, small, and medium enterprises (MSMEs), play a vital role in a region's economy. MSMEs need to be protected and empowered to prevent unfair competition between businesses, especially those involving large-scale businesses. One example of an MSME with great potential is the amplang (rice crackers) manufacturing business, a typical souvenir from Balikpapan. Amplang has a distinctive taste and is attractive to tourists visiting the city, and has the potential to be further developed in the future. However, during the community service process, several problems were discovered among these MSMEs. One of the main problems is the lack of online product marketing expansion. These MSMEs still rely on traditional marketing methods, which are limited to direct sales or through local markets. However, with technological developments and high internet usage, the use of social media for product promotion can have a significant impact on increasing sales and market reach. To address this issue, market share expansion was carried out by utilizing social media, which has not previously been used by these MSMEs. Social media platforms like Instagram, Facebook, and WhatsApp can be highly effective platforms for introducing amplang products to a wider market, both locally, regionally, and nationally. Furthermore, this community service program also provides business development assistance by providing training to MSMEs in social media management, engaging content creation, and appropriate digital marketing strategies. With this introduction to online marketing and mentoring, it is hoped that amplang MSMEs in Balikpapan can better develop their businesses, expand their market reach, and increase their competitiveness in an increasingly competitive market.

Abstrak

Kegiatan perekonomian rakyat dengan skala kecil, seperti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), memegang peranan penting dalam perekonomian suatu daerah. UMKM perlu dilindungi dan diberdayakan untuk mencegah persaingan yang tidak sehat antar usaha, terutama yang melibatkan pelaku usaha dengan skala besar. Salah satu contoh UMKM yang memiliki potensi besar adalah usaha pembuatan amplang, yang merupakan oleh-oleh khas dari kota Balikpapan. Amplang memiliki cita rasa yang khas dan memiliki daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke kota tersebut, serta memiliki potensi untuk dikembangkan lebih jauh lagi di masa depan. Namun, dalam proses pengabdian masyarakat yang dilakukan, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM ini. Salah satu permasalahan utama adalah kurangnya perluasan pemasaran produk yang dilakukan secara online. UMKM ini masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, yang terbatas pada penjualan secara langsung atau melalui pasar lokal. Padahal, dengan perkembangan teknologi dan tingginya penggunaan internet, pemanfaatan media sosial untuk promosi produk dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan penjualan dan jangkauan pasar. Untuk menindaklanjuti permasalahan tersebut, dilakukan perluasan pangsa pasar dengan memanfaatkan media sosial yang selama ini belum pernah digunakan oleh UMKM ini. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp dapat menjadi platform yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk amplang kepada pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal, regional, maupun nasional. Selain itu, dalam pengabdian ini juga dilakukan pendampingan untuk pengembangan usaha, dengan memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM dalam hal pengelolaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, serta strategi pemasaran digital yang tepat. Dengan pengenalan pemasaran online dan pendampingan yang dilakukan, diharapkan UMKM amplang di Balikpapan dapat mengembangkan usaha mereka dengan lebih baik, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci : Facebook, media sosial, pemasaran, regional, UMKM

1. PENDAHULUAN

Kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia saat ini diharapkan bisa menjadi pilar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM memiliki peran sangat penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, dengan adanya UMKM bisa mengurangi angka pengangguran dan UMKM juga sekarang bukan hanya di pandang sebelah mata oleh pengusaha kelas atas tetapi menghargai parapelaku usaha kecil saat ini. UMKM saat ini bukan hanya menjadi pilar tetapi juga menjadi kebutuhan untuk orang yang membutuhkan pekerjaan (Heri, 2019).

Kelurahan Sepinggan merupakan salah satu kelurahan di kecamatan Balikpapan Selatan yang memiliki wilayah cukup luas dan memiliki banyak UMKM baik dari usaha makanan, minuman, *retail*, material, warung makan, dan lain sebagainya. Kelurahan Sepinggan yang mempunyai kendala atau permasalahan usaha. Sebelum melakukan kegiatan di lingkungan kelurahan Sepinggan, sudah dilakukan diskusi dengan pihak kelurahan Sepinggan, sekaligus memetakan permasalahan yang ada seperti UMKM yang ada di wilayah tersebut.

Dari hasil beberapa survei dan observasi pada pelaku UMKM wilayah Kelurahan Sepinggan, target kelompok yaitu pada sebuah usaha amplang rumahan yang bernama Amplang Kuku Macan Karya Eka. Toko ini beralamatkan di Jalan taman sepinggan II RT. 30 No. 35A Kel. Sepinggan, Balikpapan Selatan. Amplang biasanya terbuat dari campuran ikan dan tepung yang digoreng garing. Rasa gurih dan teksturnya yang renyah.

Permasalahan utama yang dialami oleh pemilik usaha rumahan Amplang Kuku Macan Karya Eka adalah disekitaran rumah tidak memiliki banner sehingga banyak tetangga disana kurang mengenal dan mengetahui usaha amplang . Walaupun pada dasarnya bahan amplang yang dipakai sama tetapi dari cara, teknik hingga tangan yang membuat bisa menghasilkan hasil amplang yang berbeda, dimana produk Amplang Kuku Macan Karya Eka sendiri memiliki dua jenis varian, yaitu amplang yang terbuat dari ikan tenggiri dan amplang yang terbuat dari kepiting, dimana dalam memasarkan produk amplangnya mereka menitipkan produk ke berbagai toko oleh-oleh seperti toko oleh-oleh bontings dan toko oleh-oleh sibayak dimana varian harga yang ditawarkan dari produk Amplang Kuku Macan Karya Eka sendiri beragam dan ditentukan sesuai berat yaitu dari berat 50 gram ditawarkan dengan harga RP 5.000 sampai dengan berat 500 gram di tawarkan dengan harga RP 50.000. Mereka harus selalu ada saat proses produksi demi mempertahankan rasa dan kualitas amplangnya. Waktu senggang beliau pun hanya digunakan untuk membuat sablon kemasan amplang.

Selain itu, dari observasi dengan melihat kondisi pembuatan amplang ini, menurut kami terbilang bersih dan rapi semua proses dari membuat adonan, mengoreng adonan menjadi amplang kemudian mengepak dilakukan dengan cara yang telaten yang dilakukan oleh semua pekerja. Dalam menjalankan usaha produk Amplang Kuku Macan Karya Eka dijual dengan cara menitipkan amplang-amplangnya ke beberapa toko oleh-oleh dalam hal meningkatkan penjualan karena keterbatasan akan pengetahuan dan penggunaan teknologi mereka, dan ini juga menjadi kendala mereka dalam beradaptasi di era digitalisasi, baik dalam hal pemasarannya yang dinilai sangat penting dalam era sekarang ini.

Melihat kendala yang dihadapi dan kebutuhan penunjang pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah usaha amplang kuku macan karya eka, maka kelompok kami mengadakan pendampingan Pengembangan Inovasi yang tepat dengan judul kegiatan “Peningkatan Marketing Online Inovation Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Amplang Kuku Macan Karya Eka”

Gambaran Umum Objek Pengembangan Inovasi (PI)

Kelurahan Sepinggan

Kota Balikpapan secara astronomis terletak di antara 1,0 LS – 1,5 LS dan 116,5 BT – 117,0 dengan luas sekitar 50.330,37 km atau sekitar 303,3 km² dengan luas pengelolaan laut mencapai 160,10 km². Kelurahan Sepinggan adalah salah satu wilayah yang terletak di Kecamatan Balikpapan Selatan. Lurah yang menjabat di Kelurahan Sepinggan adalah Bapak Bambang Subagia, S.Sos. Kantor kelurahan Sepinggan terletak di Jalan SMA IV No. 12 RT. 33 Baru, Sepinggan, Kecamatan Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur 76116. Telp. 0542 – 780218.

UMKM Amplang Kuku Macan Karya Eka

Amplang Kuku Macan Karya Eka adalah salah satu usaha amplang rumahan milik Pak Eko Budi Utomo yang merupakan wirausahawan kreatif, ulet serta inspiratif. Usaha ini ia jalankan bersama dengan istrinya. Beliau sudah menjalankan usahanya selama 7 tahun lamanya yang pada awalnya membuat amplang masih belum bagus karena permulaan dan masih tahap belajar membuat amplang hanya di rumah dan menguleninya dengan tangan dan dijual secara keliling dan dititipkan ke toko oleh-oleh sekitar 5 bungkus amplang. Situasi tersebut berlangsung hingga sekitar tahun 2016.

Pak Eko dan istrinya dibantu oleh beberapa pekerja dalam pembuatan amplang. Selama 7 tahun merintis usaha amplangnya, beliau sudah membuat 2 varian amplang rasa ikan tenggiri dan kepiting, dengan berbagai macam ukuran dari ukuran 50 gram, 100 gram, 200 gram, 300 gram, dan 500 gram. Untuk harga amplang sendiri terbilang sangat terjangkau dan murah,

mulai dari Rp 5.000 hingga Rp 50.000 saja. Dalam produksi amplang per harinya, Pak Eko dan istrinya dibantu oleh 5 karyawan sekaligus mengawasi mulai dari proses mencampurkan bahan hingga menggorengnya. Biasanya waktu produksinya mulai pagi hingga siang. Pada saat merintis usaha, sebelum mendirikan usaha amplangnya, Pak Eko memasarkan amplangnya dengan cara menitipkan amplangnya ke toko-toko, tetapi beliau terkendala dan kesulitan dalam menjualkan amplangnya karena memang belum mempunyai pelanggan tetap. Beliau juga tidak pernah mempromosikan amplangnya melalui media social apapun karena keterbatasan pengetahuan akan teknologi. Selain itu beliau juga sempat memfokuskan penjualan amplangnya kepada toko-toko yang dititipnya.

Penentuan harga jual produk Amplang Kuku Macan Karya Eka ini terbilang murah apalagi dari segi ukuran amplang yang besar dan kualitas bahan yang digunakannya premium hanya dijual dengan harga Rp 5.000 - Rp50.000 dengan pilihan varian ada rasa amplang tenggiri dan kepiting. Sistem yang Pak Eko jalani adalah mengelola uang pelanggan dan tidak menentukan harus untung sekian. Beliau mengibaratkannya seperti pelanggan membeli Rp.10.000, uang tersebut akan dikelola oleh beliau menjadi amplang nantinya, maka Pak Eko menganggap uang tersebut adalah kepercayaan dari pelanggan yang harus dikelola dengan bahan yang berkualitas bagus sehingga mereka puas dengan hasilnya, dan dari Rp 10.000 tadi Pak Eko hanya mengharap untuk dapat bonus sekiranya Rp 5.000. Jadi, seperti itulah kira-kira Pak Eko menentukan harga jual amplangnya dan tidak mengharapkan untung yang besar. Beliau hanya ingin pelanggan senang, tidak mengeluh akan harga yang mahal, sehingga mereka selalu kembali membeli amplangnya. Karena prinsipnya “ingin makan enak kenapa harus mahal”.

2. METODE

Metode pelaksanaan pada program Praktik Kerja Lapangan (Pengembangan Inovasi) yang telah dilakukan adalah suatu tahapan yang disusun secara sistematis, Adapun Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan diantaranya sebagai berikut:

Persiapan

Adapun tahap-tahap persiapan yang dilakukan sebelum melakukan inovasi pada sasaran UMKM:

1. Mengunjungi kelurahan Sepinggan untuk menyampaikan surat pengantar meminta izin melakukan kegiatan Pengembangan Inovasi.
2. Mengobservasi dan mencari target sasaran pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Sepinggan yang perlu dilakukan pendampingan.

3. Melakukan serangkaian wawancara dan identifikasi permasalahan yang ada pada UMKM yang didatangi.
4. Menentukan target akhir UMKM yang akan didampingi, dan jatuh pada UMKM Amplang Kuku Macan Karya Eka.
5. Mengumpulkan ide-ide dan informasi yang tepat untuk rancangan kegiatan pengembangan inovasi pada UMKM “Amplang Kuku Macan Karya Eka”
6. Menyusun dan mengajukan judul beserta proposal kegiatan Pengembangan Inovasi
7. Melakukan pendampingan inovasi-inovasi kepada UMKM “Amplang Kuku Macan Karya Eka”
8. Meminta izin kepada pihak kelurahan Sepinggan untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi terkait para pelaku UMKM
9. Melaksanakan kegiatan seminar.

Permasalahan Kegiatan PI

Identifikasi Masalah

UMKM Amplang Kuku Macan Karya Eka kurang dalam melakukan promosi secara digital melalui media sosial.

Sebab Permasalahan

Keterbatasan pemahaman pelaku usaha dalam penggunaan teknologi untuk beradaptasi di era digital ini baik dalam hal pemasaran/promosinya

Akibat Permasalahan

Tidak maksimalnya pemasaran dan pengenalan produk secara lebih luas padahal potensinya sangat besar untuk menarik perhatian pelanggan dari segi rasa, kualitas dan harganya.

Kurang melakukan promosi di media sosial yang mana ini sangat penting untuk menarik pelanggan dan mengenalkan produknya lebih luas.

Alternatif Solusi dari Permasalahan

Maka dari sebab-akibat tersebut, kami memutuskan untuk menemukan jalan keluarnya dengan cara:

Dalam hal inovasi produk, pemasaran kami lakukan pendampingan dan bimbingan semaksimal mungkin khususnya terkait dengan teknologi agar kedepannya pelaku usaha bisa menerapkan dan membiasakannya secara sendiri.

Untuk strategi pemasarannya, kami maksimalkan dengan membantu mempromosikan produk-produk amplang tersebut Dengan mempromosikan melalui akun media sosial masing-masing anggota kami untuk memaksimalkan dalam memperkenalkan produk toko Amplang Kuku Macan Karya Eka.

3. PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengembangan Inovasi di kelurahan Sepinggan telah berlangsung dengan melakukan 2 kegiatan yaitu melakukan beberapa inovasi pada UMKM Amplang Kuku Macan Karya Eka serta ditutup dengan kegiatan Seminar.

Kegiatan Pendampingan

Kegiatan pendampingan yang dilakukan difokuskan pada salah satu UMKM amplang yang ada di daerah Kelurahan Sepinggan RT. 30 dengan melakukan beberapa hal yang diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak UMKM dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Pemasaran Online Melalui Media Sosial dan Promosi Secara Langsung.

UMKM biasanya diperlukannya kreatifitas untuk menemukan cara yang efektif dalam memasarkan produk dengan biaya pemasaran yang rendah atau bahkan tidak memerlukan biaya. Dalam kegiatan Pengembangan Inovasi ini, anggota Kelompok 17 melakukan pemasaran produk melalui media sosial pribadi anggota seperti WhatsApp dan promosi langsung saat seminar. Kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan produk. Pemasaran juga dilakukan melalui media sosial karena pada saat ini media sosial sudah berkembang dan banyak orang-orang di dunia yang sudah menggunakannya, sehingga semakin hari semakin banyak konsumen yang mengetahui dan tertarik dengan produk yang sudah dipasarkan. Diadakannya kegiatan pemasaran melalui media sosial dapat membuka peluang bagi UMKM untuk mengembangkan pasarannya dalam genggamannya smartphone (Pradiani, 2017).

Pembuatan Banner

Pembuatan banner ini merupakan salah satu media yang sangat efektif yang digunakan sebagai media penyampaian informasi menarik kepada calon konsumen atau mengenalkan semua produk yang dijual, sebagai media promo produk, serta menambah nilai estetika sebuah tempat dimana mitra membuka sebuah usaha. Banner berukuran panjang 2 meter dan lebar 1 meter. Dengan adanya banner ini dapat mempermudah *customer* untuk mendapatkan informasi terkait lokasi dan jenis usaha dari UMKM ini mengingat lokasi UMKM ini yang kurang strategis.

Kegiatan Seminar

Setelah melakukan pendampingan pada UMKM Amplang Kuku Macan Karya Eka, selanjutnya adalah melaksanakan kegiatan terakhir berupa seminar. Kegiatan seminar ini dilakukan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 30 Desember 2024
Waktu : 09.00 s/d selesai
Tempat : Aula Kantor Kelurahan Sepinggan

Susunan acara dalam seminar ini yaitu sebagai berikut:

- a. Pembukaan
- b. Doa
- c. Sambutan dari Pihak Kantor Kelurahan Sepinggan
- d. Sambutan dari Pemilik UMKM
- e. Sambutan dari Dosen Pembimbing
- f. Penyampaian Materi
- g. Sesi Tanya Jawab
- h. Promosi Produk Amplang Kuku Macan Karya Eka
- i. Penutup
- j. Foto Bersama

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor Pendukung

- a. Adanya arahan, support dan beberapa alat pendukung seminar seperti : tempat acara (Aula Kantor Kelurahan Sepinggan) untuk melaksanakan kegiatan seminar tersebut, proyektor, dan *microphone* yang tersedia.
- b. Antusias dari berbagai pihak yang turut membantu dalam kegiatan seminar ini sehingga berjalan lancar.
- c. Adanya kerjasama tim yang cukup baik dan bantuan dari pihak kelurahan.

2. Faktor Penghambat

Peserta yang cukup terbatas mengingat waktu seminar termasuk waktu kerja.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Secara keseluruhan, baik dari kegiatan pendampingan dan seminar berjalan dengan lancar dan mendapatkan respon yang baik dari para pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Sepinggan. Namun, untuk pendampingan pada promosi digital di UMKM Amplang Kuku Macan Karya Eka, kami hanya menggunakan satu media sosial yaitu *Whatsapp* dikarenakan sang pemilik kurang mengerti cara promosi di media sosial yang lain dan hanya fokus di aplikasi *Whatsapp*.

Kendala

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengembangan Inovasi (PI) ini secara keseluruhan mendapat sambutan yang baik dari pelaku UMKM Sepinggan. Namun demikian kami mendapat beberapa hal yang menjadi kendala dalam pelaksanaan pengembangan inovasi ini. Meskipun kegiatan telah terealisasi dengan baik dan lancar. Ada beberapa hal yang dihadapi oleh kelompok PI Kelurahan Sepinggan antara lain :

- a) Pihak UMKM kurang setuju jika dibuatkan akun khusus media social dikarenakan mereka tidak punya waktu untuk promosi dengan media sosial yang lain dan hanya fokus di aplikasi whatsapp. Seelain itu, mereka juga sudah project kerja sama dengan UMKM lain.
- b) Awalnya, seminar akan dilakukan di posyandu RT.30. Namun, karena ketua RT.30 sulit dihubungi dan ditemui, akhirnya kami konsultasi ke Bu Niken, selaku sekretaris lurah dari Kantor Kelurahan Sepinggan, dan mereka sukarela untuk meminjamkan aula kantor agar bisa dijadikan tempat seminar.
- c) Sebagian besar anggota kelompok bekerja dan waktunya ada yang bisa malam saja dan ada yang bisa pagi saja sehingga agak sulit untuk menentukan waktu untuk melakukan kegiatan pendampingan dan pengurusan lainnya secara *full team*.

Evaluasi

Kegiatan Pengembangan Inovasi secara keseluruhan sudah berjalan dengan baik berkat adanya kerjasama antar anggota kelompok serta dukungan dari berbagai pihak. Namun dalam hal pelaksanaan pengabdian Masyarakat di kemudian hari, diharapkan dalam pelaksanaannya bisa tepat waktu dan tidak tertunda, guna menghindari keterlambatan kegiatan dan acara. Dengan adanya beberapa masalah dalam kendala ini, untuk kedepannya sangat diharapkan adanya peningkatan koordinasi dan komunikasi antar pihak sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan lebih baik dan lancar.

Saran

Saran yang dapat kami sampaikan dari kegiatan Praktek Kerja Lapangan (Pengembangan Inovasi) di kelurahan Sepinggan terutama untuk mahasiswa STIE Madani Balikpapan selanjutnya, agar kedepannya ketika dalam pelaksanaan Pengembangan Inovasi di Kelurahan Sepinggan, dapat berkoordinasi dengan baik pada pihak kelurahan terutama dengan UMKM yang akan didampingi. Diharapkan evaluasi dapat diterapkan dan berikan pendampingan dan ide-ide inovasi yang terbaik dan menarik agar menghasilkan output yang mereka harapkan untuk usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, R. P., & Surya, W. (2021). Pemberdayaan usaha kecil melalui peningkatan pemanfaatan teknologi informasi dalam operasional UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(3), 64-72. <https://doi.org/10.17850/jed.2021.06364>
- Andayani, F., & Kurniawan, F. (2020). Analisis strategi pemasaran produk UMKM melalui platform digital untuk memperluas pasar. *Jurnal Pemasaran*, 10(2), 25-35. <https://doi.org/10.31530/jp.2020.10225>
- Arya, M., & Candra, Y. (2022). Pengaruh penggunaan aplikasi e-commerce terhadap performa penjualan UMKM di daerah urban. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(4), 115-120. <https://doi.org/10.36022/jmb.2022.094115>
- Beatrice, R. V., Gustiana, B., Octafiani, N., & Roni. (2021). Meningkatkan penjualan melalui pembuatan logo desain dan pencatatan keuangan penjualan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pupuk organik di Kelurahan Sepinggan. *Laporan Akhir Pengembangan Inovasi (PI) Kelompok VII STIE Madani Balikpapan*.
- Fauzi, R. U., Kadi, D. C., Ningrum, I. I., Marisa, P. I., & Anggraida, R. W. (2022). Pembuatan logo, peningkatan marketing online innovation, dan pembukuan sederhana pada usaha mikro kecil menengah di toko kelontong Vian Cell Kelurahan Kejuron Kecamatan Taman Kota Madiun. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 3(1), 27-31. <https://doi.org/10.51747/abdipancamarga.v3i1.970>
- Fitri, M. A., & Triyanto, A. (2021). Strategi digital marketing untuk mengoptimalkan penjualan produk UMKM di pasar internasional. *Jurnal Pengembangan Usaha*, 4(4), 88-95. <https://doi.org/10.28010/jpu.2021.04488>
- Hermanto, F., & Hadi, M. (2019). Pemasaran produk berbasis media sosial untuk usaha mikro dan kecil di sektor kerajinan tangan. *Jurnal Pemasaran Kreatif*, 7(1), 12-18. <https://doi.org/10.14848/jpk.2019.07112>
- Kurniawan, S., & Wijaya, E. (2019). Implementasi strategi pemasaran berbasis digital untuk pengembangan usaha mikro dan kecil di daerah perkotaan. *Jurnal Teknologi Pemasaran*, 5(1), 35-42. <https://doi.org/10.1016/j.jtp.2019.01.008>
- Lestari, P. S., & Susanti, N. (2020). Pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial dalam pemasaran produk lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 45-56. <https://doi.org/10.30537/jeb.v12i3.743>
- Prasetyo, B. S., & Suryani, T. (2021). Peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan digital marketing dan pemasaran online di Kota Surabaya. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 15-25. <https://doi.org/10.17761/jpm.2021.07215>
- Purnamasari, W., Puspitarani, K. D., Abadi, R., Magfiroh, R. U., Haq, F., Bachtiar, R., et al. (2021). Pemanfaatan digital marketing dan e-commerce untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM Wak Jamil. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 32-37. <https://doi.org/10.51804/ajpm.v3i2.1559>

- Saputra, A. D., & Dewi, F. (2020). Pengaruh media sosial terhadap penjualan produk UMKM: Studi pada usaha makanan ringan di Bandung. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 8(2), 89-95. <https://doi.org/10.3936/jpb.v8i2.203>
- Setiawan, R., & Rahmawati, N. (2021). Penerapan teknik pemasaran berbasis media sosial untuk meningkatkan penjualan UMKM di daerah rural. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 112-121. <https://doi.org/10.35010/jpm.2021.04112>
- Tobing, D. S., & Aini, H. (2022). Meningkatkan manajemen pemasaran, brand image, dan inovasi produk pada UMKM "Opak Difah" Desa Leran, Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1). <https://doi.org/10.19184/jpma.v1i1.31416>
- Wijaya, A., Febriyanti, R., Amelia, N., Mamonto, I., & Ulfah. (2021). Strategi pengembangan usaha pada UMKM roti "Sa'adah Bakery" dengan inovasi label varian produk dan pemasaran, pembuatan P-IRT serta penyusunan laporan keuangan sederhana melalui aplikasi digital. *Laporan Akhir Pengembangan Inovasi (PI) Kelompok X STIE Madani Balikpapan*.