

Pemberdayaan UMKM Melalui Platform E-Commerce: Panduan Praktis Membuat Akun Shopee untuk Aries Craft Rajut

Muhammad akmal¹, Fika Aprilia Muntadhiroh², Indah Latifatun Nisak³, Ahmad Taufiqi Rohman⁴, Salma NurJihan⁵, Nurin Eka Noviyanti⁶, Alvin Najih⁷, Mundhori⁸

IAIN Kediri

*namikazeakmal@gmail.com*¹, *fikaapriliamuntadhiroh@gmail.com*², *nisaklatifah@gmail.com*³, *taufiqirohman114@gmail.com*⁴, *salmanurjihan.03@gmail.com*⁵, *nurinekanoviyanti@gmail.com*⁶, *sanjayaalvin592@gmail.com*⁷, *mundhori@iainkediri.ac.id*⁸

Article Info

Volume 2 Issue 3
September 2024

Article History

Submission: 07-05-2024

Revised: 12-07-2024

Accepted: 20-09-2024

Published: 30-09-2024

Keywords:

Empowerment of UMKM, e-commerce, Shopee, digitalization, knitting crafts

Kata Kunci:

Pemberdayaan UMKM, e-commerce, Shopee, digitalisasi, kerajinan rajut



Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

MSMEs play a significant role in the Indonesian economy, but many face challenges in utilizing digital technology to expand their markets. Aries Craft Rajut, a handicraft MSME, needs practical guidance to utilize e-commerce platforms such as Shopee in an effort to increase product visibility and sales. This community service activity aims to empower Aries Craft Rajut through training in creating and managing Shopee accounts. The implementation method includes direct assistance, preparation of technical guides, account creation simulations, and product uploads. Evaluation is carried out through monitoring the use of Shopee accounts and consumer interactions. The results show that participants are able to create accounts, upload products with attractive descriptions, and understand the promotional features on Shopee. This activity increases the digital literacy of MSME actors, expands market access, and strengthens business sustainability. Continuous assistance is proposed to ensure effectiveness and consistency in e-commerce account management.

Abstrak

UMKM berperan signifikan dalam perekonomian Indonesia, namun banyak yang menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar. Aries Craft Rajut, sebuah UMKM kerajinan tangan, memerlukan panduan praktis untuk memanfaatkan platform e-commerce seperti Shopee sebagai upaya meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan Aries Craft Rajut melalui pelatihan pembuatan dan pengelolaan akun Shopee. Metode pelaksanaan meliputi pendampingan langsung, penyusunan panduan teknis, simulasi pembuatan akun, dan pengunggahan produk. Evaluasi dilakukan melalui pemantauan terhadap penggunaan akun Shopee dan interaksi konsumen. Hasil menunjukkan bahwa peserta mampu membuat akun, mengunggah produk dengan deskripsi yang menarik, dan memahami fitur promosi di Shopee. Kegiatan ini meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, memperluas akses pasar, dan memperkuat keberlanjutan bisnis. Pendampingan berkelanjutan diusulkan untuk memastikan efektivitas dan konsistensi dalam pengelolaan akun e-commerce.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan vital dalam menopang perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja (Zunaidi et al., 2022). Namun, di tengah era digital yang semakin maju, UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Salah satu kendala utama adalah minimnya literasi digital, terutama dalam memanfaatkan platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Anggoro et al., 2023). Aries Craft Rajut, sebuah UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tangan di Kediri, merupakan salah satu contoh UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan peluang digitalisasi untuk memasarkan produknya.

Peningkatan akses terhadap teknologi digital sebenarnya membuka peluang besar bagi UMKM seperti Aries Craft Rajut untuk bersaing di pasar yang lebih luas, termasuk di tingkat nasional dan internasional. *E-commerce* menjadi solusi yang efektif karena menawarkan platform yang memungkinkan UMKM menjual produk secara langsung kepada konsumen tanpa harus memiliki toko fisik. Namun, berdasarkan observasi awal, Aries Craft Rajut masih mengalami kesulitan dalam memahami cara kerja platform *e-commerce* seperti Shopee, mulai dari pembuatan akun hingga pengelolaan toko daring. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan pendampingan dan pelatihan yang terstruktur.

Kebutuhan akan digitalisasi semakin mendesak seiring dengan perubahan perilaku konsumen yang kini lebih memilih belanja online dibandingkan offline. Studi menunjukkan bahwa transaksi melalui *e-commerce* di Indonesia meningkat pesat, terutama setelah pandemi COVID-19 (Ana & Zunaidi, 2022). Platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada menjadi pilihan utama konsumen karena kemudahan yang ditawarkan. Sayangnya, data menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil UMKM yang mampu memanfaatkan *e-commerce* secara optimal. Banyak pelaku UMKM yang merasa kesulitan karena kurangnya pengetahuan teknis dan minimnya dukungan pelatihan.

Dalam konteks Aries Craft Rajut, tantangan ini diperparah dengan keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keahlian di bidang digital marketing. Pemilik usaha sering kali harus melakukan segala hal sendiri, mulai dari produksi hingga pemasaran. Akibatnya, upaya untuk memanfaatkan platform digital sering kali terabaikan karena dianggap rumit dan memerlukan waktu yang tidak sedikit. Ini menjadi salah satu alasan kuat untuk merancang program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pengenalan dan pelatihan penggunaan *e-commerce*.

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberdayakan Aries Craft Rajut melalui pemanfaatan platform Shopee sebagai salah satu saluran pemasaran. Dengan memberikan pelatihan yang terstruktur, diharapkan UMKM ini mampu meningkatkan visibilitas produknya, memperluas pasar, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM agar mereka lebih siap menghadapi tantangan di era digital.

Menurut penelitian, UMKM yang mampu memanfaatkan *e-commerce* secara efektif memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan (Tohonan Rohani & Yasin, 2024). Penelitian lain menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan merupakan langkah penting untuk membantu UMKM mengatasi hambatan dalam adopsi teknologi (Indriyani et al., 2024). Dalam konteks ini, pendekatan praktis dan partisipatif menjadi kunci keberhasilan program pemberdayaan.

Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa penggunaan platform seperti Shopee tidak hanya meningkatkan volume penjualan tetapi juga membantu UMKM dalam membangun brand awareness (Aminah et al., 2023). Shopee menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk menarik perhatian konsumen, seperti promosi gratis ongkir, flash sale, dan Shopee Ads (Halimah et al., 2023). Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara memanfaatkan fitur-fitur ini secara maksimal, sehingga pelatihan menjadi sangat relevan.

Pendampingan dalam memanfaatkan *e-commerce* tidak hanya berfokus pada aspek teknis tetapi juga pada aspek strategis, seperti bagaimana membuat deskripsi produk yang menarik, menentukan harga yang kompetitif, dan merancang foto produk yang profesional. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian lain yang menunjukkan bahwa kualitas konten toko online sangat mempengaruhi minat beli konsumen (Rosita & Darlin, 2024). Oleh karena itu, pelatihan harus mencakup aspek-aspek ini untuk memberikan dampak yang maksimal.

Program ini juga relevan dengan upaya pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM sebagai salah satu agenda prioritas nasional. Melalui inisiatif seperti Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), pemerintah berupaya meningkatkan partisipasi UMKM dalam ekosistem digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini sejalan dengan inisiatif tersebut, karena bertujuan untuk membantu UMKM lokal beradaptasi dengan perubahan lanskap bisnis.

Kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan solusi jangka pendek tetapi juga membangun fondasi yang kuat bagi pengembangan UMKM dalam jangka panjang. Keberhasilan program ini dapat menjadi model bagi pemberdayaan UMKM lainnya di wilayah Kediri. Dengan pendekatan yang partisipatif dan fokus pada kebutuhan nyata mitra, program ini diharapkan mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan. Selain itu, hasil dari kegiatan ini juga dapat menjadi bahan untuk menyusun rekomendasi kebijakan yang lebih luas dalam mendukung digitalisasi UMKM di Indonesia.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan Aries Craft Rajut sebagai mitra utama. Metode ini dirancang secara sistematis untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra dalam memanfaatkan platform *e-commerce* Shopee sebagai alat pemasaran (Zunaidi, 2024). Tahapan pertama adalah identifikasi kebutuhan dan pemetaan masalah melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha. Langkah ini bertujuan untuk memahami kendala yang dihadapi, seperti kurangnya pemahaman teknis tentang pembuatan akun Shopee, pengelolaan toko online, dan optimasi fitur promosi.

Setelah pemetaan masalah selesai, tahapan kedua adalah persiapan materi pelatihan yang mencakup panduan praktis dan simulasi teknis. Materi ini meliputi langkah-langkah pembuatan akun Shopee, pengisian informasi toko, pembuatan deskripsi produk yang menarik, serta strategi fotografi produk. Selain itu, mitra juga diberikan panduan tentang penggunaan fitur Shopee Ads dan promosi gratis ongkir untuk meningkatkan daya tarik toko di mata konsumen.

Tahapan ketiga adalah pelaksanaan pelatihan secara langsung di lokasi mitra. Pelatihan ini dilakukan dalam bentuk workshop dengan pendekatan *hands-on*, sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan langkah-langkah yang diajarkan. Tim pengabdian juga menyediakan pendampingan selama proses pelatihan untuk memastikan setiap tahapan dapat diimplementasikan dengan benar. Selain itu, sesi tanya jawab juga diadakan untuk memberikan solusi atas permasalahan spesifik yang dihadapi mitra selama pelatihan.

Tahapan keempat adalah evaluasi dan monitoring. Setelah pelatihan selesai, dilakukan evaluasi terhadap hasil implementasi mitra dalam memanfaatkan Shopee sebagai platform pemasaran. Tim pengabdian memberikan umpan balik terhadap kinerja toko online, termasuk efektivitas deskripsi produk, visualisasi produk, dan penggunaan fitur promosi. Monitoring ini dilakukan selama satu bulan pasca pelatihan untuk memastikan bahwa mitra dapat menjalankan operasional toko online secara mandiri dan optimal.

Tahapan terakhir adalah penyusunan laporan hasil kegiatan. Laporan ini mencakup pencapaian mitra, analisis dampak kegiatan, dan rekomendasi untuk pengembangan ke depan. Selain itu, laporan juga berfungsi sebagai bahan referensi untuk mengembangkan program serupa bagi UMKM lain yang menghadapi permasalahan serupa. Dengan metode yang terstruktur ini, kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan mampu memberikan solusi nyata dan berkelanjutan bagi Aries Craft Rajut dalam meningkatkan daya saingnya di era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan terhadap Aries Craft Rajut menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan mitra dalam memanfaatkan platform *e-commerce* Shopee. Sebelum pelatihan, mitra menghadapi kendala utama, yaitu kurangnya pengetahuan teknis dalam membuat dan mengelola akun Shopee. Setelah pelaksanaan pelatihan, mitra berhasil membuat akun Shopee yang lengkap dengan informasi toko yang relevan dan menarik. Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa pelatihan berbasis teknologi mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi (Nomor et al., 2024).



Gambar 1. Proses merajut yang dipersiapkan untuk *e-commerce*

Pelatihan ini juga menghasilkan pengelolaan toko online yang lebih baik. Mitra mampu mengunggah produk dengan deskripsi yang informatif dan menggunakan foto produk yang sesuai dengan standar visual *e-commerce* (Fitriyah et al., 2024). Foto produk yang menarik perhatian konsumen merupakan salah satu strategi branding yang telah terbukti meningkatkan

daya tarik visual toko online (Siska et al., 2023). Dalam konteks ini, mitra berhasil mengikuti panduan teknis yang diberikan dan menerapkannya pada produk rajutannya.

Dampak lain dari pelatihan ini adalah meningkatnya kesadaran mitra terhadap pentingnya strategi promosi digital. Mitra mulai memanfaatkan fitur Shopee Ads untuk meningkatkan visibilitas toko mereka. Berdasarkan teori pemasaran digital, penggunaan fitur iklan berbayar dalam platform *e-commerce* dapat meningkatkan peluang produk untuk dilihat oleh calon konsumen hingga 30% lebih banyak (Kurniasari & Zunaidi, 2022). Hal ini juga didukung oleh hasil monitoring penjualan mitra, yang menunjukkan peningkatan traffic toko dalam satu minggu setelah pelatihan.

Selain itu, penggunaan fitur promosi seperti gratis ongkir dan diskon produk turut membantu menarik perhatian konsumen. Konsumen di Indonesia dikenal sangat responsif terhadap promosi semacam ini, sebagaimana dibuktikan dalam penelitian yang menyebutkan bahwa 65% pembelian di *e-commerce* dipengaruhi oleh penawaran promosi (Fair & Pembelian, 2023). Mitra menunjukkan antusiasme tinggi dalam memanfaatkan fitur ini untuk meningkatkan daya saing produknya.

Kegiatan ini juga mendorong perubahan mindset mitra dalam melihat potensi *e-commerce* sebagai sarana memperluas pasar. Sebelum pelatihan, penjualan Aries Craft Rajut hanya terbatas pada konsumen lokal, tetapi kini mitra mulai merambah konsumen di luar Kediri. Hal ini sejalan dengan kajian yang menyebutkan bahwa penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan akses pasar UMKM hingga 50% (Tabroni, 2024).

Monitoring satu bulan setelah pelatihan menunjukkan bahwa mitra mulai memahami pentingnya analitik toko online. Dengan menggunakan fitur statistik Shopee, mitra dapat melacak performa toko mereka, termasuk jumlah pengunjung, penjualan, dan produk yang paling diminati. Pengetahuan ini memberikan wawasan strategis bagi mitra untuk menentukan langkah pemasaran berikutnya.



Gambar 1. Foto dengan owner dan pembimbing

Pembahasan hasil kegiatan ini juga menegaskan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung memberikan dampak lebih besar dibandingkan metode ceramah. Mitra merasa lebih percaya diri karena dapat langsung mempraktikkan materi yang diberikan, seperti pengunggahan produk dan penggunaan fitur promosi. Penemuan ini mendukung studi yang menunjukkan bahwa pendekatan hands-on dalam pelatihan lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan UMKM (Setiono et al., 2024).

Meskipun hasil kegiatan menunjukkan banyak capaian positif, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah keterbatasan mitra dalam mengelola waktu antara operasional produksi dan pengelolaan toko online. Masalah ini menjadi hal yang umum di kalangan UMKM, sebagaimana penelitian yang menyatakan bahwa banyak pelaku UMKM kesulitan menyeimbangkan tanggung jawab produksi dan pemasaran digital (Aji et al., 2023).

Selain itu, adaptasi terhadap teknologi juga membutuhkan waktu. Mitra membutuhkan pendampingan tambahan untuk lebih memahami fitur-fitur lanjutan di Shopee, seperti program cashback dan kolaborasi dengan influencer. Ini menunjukkan bahwa keberlanjutan program pendampingan sangat penting untuk memastikan keberhasilan jangka panjang.

Dari perspektif teoritis, hasil ini membuktikan relevansi model pelatihan berbasis teknologi dalam memberdayakan UMKM. Namun, keberhasilan implementasi juga sangat dipengaruhi oleh motivasi mitra. Mitra yang memiliki keinginan kuat untuk belajar dan berkembang cenderung lebih cepat beradaptasi dengan teknologi baru, seperti yang diungkapkan oleh Siregar.

Kegiatan pengabdian ini juga relevan dengan agenda transformasi digital nasional. Peningkatan kemampuan UMKM untuk memanfaatkan platform digital seperti Shopee sejalan

dengan upaya pemerintah dalam mempercepat inklusi digital di sektor ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa program serupa dapat direplikasi untuk UMKM lainnya sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi berbasis teknologi.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan solusi nyata bagi Aries Craft Rajut dalam mengatasi tantangan digitalisasi. Keberhasilan ini tidak hanya meningkatkan daya saing mitra tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan sektor UMKM secara umum. Dengan adaptasi yang terus-menerus terhadap tren digital, Aries Craft Rajut diharapkan mampu mempertahankan posisinya di pasar dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk memberdayakan Aries Craft Rajut melalui pelatihan pemanfaatan platform *e-commerce* Shopee telah berhasil mencapai tujuan dan target yang direncanakan. Pelatihan ini memberikan solusi terhadap permasalahan mitra dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk. Melalui tahapan pelatihan yang sistematis, mitra berhasil membuat dan mengelola akun Shopee, melengkapi profil toko dengan informasi yang menarik, serta mengunggah produk menggunakan deskripsi dan foto berkualitas tinggi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terhadap strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan fitur promosi seperti gratis ongkir dan diskon produk. Mitra juga mulai memahami pentingnya analitik toko untuk mengukur performa dan merancang langkah pemasaran berikutnya. Dampak positif lainnya adalah perluasan pasar yang sebelumnya hanya lokal menjadi regional, menunjukkan potensi *e-commerce* dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Keberhasilan ini mendukung relevansi model pelatihan berbasis praktik langsung dalam memberdayakan UMKM. Namun, tantangan seperti keterbatasan waktu dan adaptasi terhadap fitur teknologi canggih memerlukan pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan. Secara keseluruhan, program ini berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas Aries Craft Rajut, sekaligus mendukung agenda transformasi digital nasional bagi sektor UMKM.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Ibu Aries Kartikaningtjas, sebagai pemilik Tausal By Aries Craft, atas izin dan dukungannya dalam kegiatan ini. Kami juga berterima kasih kepada bapak MUNDHORI, S.E., M.E., selaku dosen pembimbing lapangan, atas arahnya selama proses pengabdian. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada semua teman yang telah bersemangat dan berkolaborasi dalam kegiatan ini

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, G., Sari, P. W., & Riyyan, M. (2023). Penerapan Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Akses Pasar UMKM (Studi Kasus pada UMKM Rosyana Collection di Kabupaten Pekalongan). *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Vol.*, 1(November), 158-164.
- Aminah, S., Indriyani, Antesty, S., Masela, M. Y., Desembrianita, E., & Mariana, R. R. (2023). Sosialisasi Pelaku Umkm Untuk Membangun Brand Awareness Pada Produk Makanan: Dengan Teknik Pemasaran Inovatif. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, 1(03), 173-181. <https://doi.org/10.58812/ejimcs.v1i03.129>
- Ana, D. E., & Zunaidi, A. (2022). Strategi Perbankan Syariah Dalam Memenangkan Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 167-188.
- Anggoro, A., Arinda, I. Y., Rohmah, Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi : Peluang dan Tantangan*. Pustaka Peradaban.
- Fair, M. M., & Pembelian, K. (2023). Pengaruh media e-commerce dan promosi terhadap keputusan pembelian pada pt . Matahari departement store , tbK. *Universitas Dharmawangsa*, 17, 1780-1796.
- Fitriyah, F., Rochmah, N. N., Hakim, L., Kurniawati, E., Sintiya, T., Arifan, M. V., Azizah, P. N., Rosyidah, A. D., Avanti, L. S., Nada, E. Q., Ilham, M., Rosy, F., Masykur, A., Ni, W., Biarfiunsta, I., Ariyanto, R., & Hidayah, A. (2024). Pelatihan Foto Produk dan Pemasaran Online untuk Mengembangkan UMKM di Desa Semen. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 163-169.
- Halimah, S. N., Husna, S. N. S., Zunaidi, A., & ... (2023). Pelatihan Pemberdayaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Alami Telur Asin (ATA). *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 715-721.

- <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/845%0Ahttps://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/845/467>
- Indriyani, I., Wiranata, I. P. B., & Hiu, S. (2024). Strategi Peningkatan Efisiensi Operasional UMKM di Era Digital: Pendekatan Kualitatif dengan Business Intelligence dalam Implementasi E-Commerce. *Informatics For Educators And Professional : Journal of Informatics*, 9(1), 23. <https://doi.org/10.51211/itbi.v9i1.2760>
- Kurniasari, R., & Zunaidi, A. (2022). Analisa Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) Terhadap Return On Asset (ROA). *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(2).
- Nomor, V., Oktaviani, D., Aprilia, E. A., & Febrianti, H. (2024). Pelatihan Digitalisasi dan Pemasaran Dalam Mendukung Peluang dan Menghadapi Tantangan bagi UMKM. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3.
- Rosita, R., & Darlin, E. (2024). Pengaruh kualitas konten tik tok terhadap customer engagement pada customer queensha. *Jurnal lentera bisnis*, 13, 1061-1071. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1129>
- Setiono, D., Kusumaningsih, D., Yulianawati, Syafrullah, M., Purwanto, Hardjianto, M., & Anggraini, T. (2024). Pelatihan digital marketing menggunakan landing page untuk pelaku umkm di petukangan. *Pemanas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional*, 14(1), 34-40.
- Siska, E., Eva, N., Lestari, P., Rachmah, S. M., & Elvira, L. (2023). Pelatihan Pembuatan Foto Produk Untuk Penguatan Visual Branding Dalam Pemasaran Online Produk KSU Kowage. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 153-159. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i2.1255>
- Tabroni. (2024). Inovasi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 633-641.
- Tohohan Rohani, S., & Yasin, M. (2024). Industri UMKM dan E-Commerce pada Teknologi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 2(2), 17-30. <https://doi.org/10.61132/jepi.v2i2.501>
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma. <http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/1030>
- Zunaidi, A., Fauza, N., Zainuddin, M., Mushlihin, I. A., & Mutafarida, B. (2022). Training for MSME Development in an Effort to Improve Professional MSME Business Financial Governance. *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)*.