

PENERAPAN INOVASI DIGITAL PEMASARAN UNTUK PENINGKATAN OMZET PEMBERDAYAAN EKONOMI RUMAH TANGGA PKK KELURAHAN RAGUNAN

Rani Irma Handayani^{1*}, Titin Kristiana², Setiaji³, Heni Listyaningrum⁴, Sarah Aprilia⁵

^{1,2,4,5}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Nusa Mandiri

³Program Studi Sains Data, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Nusa Mandiri

Jl. Jatiwaringin Raya No.02, Kecamatan Makasar, Kota Jakarta Timur, Indonesia

rani.rih@nusamandiri.ac.id^{1*}, titin.tka@nusamandiri.ac.id², setiaji.sej@nusamandiri.ac.id³,

henilistiaa03@gmail.com⁴, sarahaprilias844@gmail.com⁵

(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

The background of this Community Service activity is that PKM partners of PKK cadres in Ragunan Village have several limitations in terms of identity, packaging and product marketing. For product identity, there is no logo (label) for packaging, so the product that has been made is less known. In addition, there is no safe packaging design for the delivery of business products sold. So far, sales have only been carried out through event bazaars around Ragunan village so that there is a lack of marketing networks. Limited sales range, and the target market is not wide and diverse, revenue or sales turnover does not increase. The purpose of this PKM activity is to expand market reach, build strong product appeal, increase sales turnover and increase economic independence. The method for this PKM activity is to provide socialization and training regarding new product logos for the packaging production process on packaging labels, packaging design for shipping packaging, socializing the e-commerce application that has been made to PKK cadres of Ragunan Village. Providing training in using e-commerce platforms to market their products. The targeted output is to create an *online* sales application (e-commerce) to be able to market the business products of PKK cadres in Ragunan Village widely. This community service reached the main conclusion that digital marketing strategies effectively help the economic empowerment of PKK cadres' households and this strategy shows positive results in increasing their economic independence and income.

Keywords: digital innovation; e-commerce; household economic empowerment; marketing; PKK cadres.

Abstrak

Latar belakang kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah mitra PKM kader PKK Kelurahan Ragunan memiliki beberapa keterbatasan dalam hal identitas, pengemasan dan pemasaran produk. Untuk identitas produk, belum adanya logo (label) untuk kemasan, sehingga produk yang telah dibuat kurang dikenal. Selain itu, belum ada desain kemasan yang aman untuk pengiriman produk bisnis yang dijual. Selama ini, penjualan hanya dilakukan melalui bazar event di sekitar Kelurahan Ragunan sehingga kurangnya jaringan pemasaran. Jangkauan penjualan yang terbatas, dan target pasar yang tidak luas dan beragam, pendapatan atau omzet penjualan tidak meningkat. Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah untuk memperluas jangkauan pasar, membangun branding produk yang kuat, peningkatan omzet penjualan dan peningkatan kemandirian ekonomi. Metode untuk kegiatan PKM ini adalah Memberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai logo produk yang baru untuk proses produksi packaging pada label kemasan, desain packaging untuk kemasan pengiriman, mensosialisasikan aplikasi *e-commerce* yang telah dibuat kepada kader PKK Kelurahan Ragunan. Memberikan pelatihan dalam menggunakan *platform e-commerce* untuk memasarkan produk mereka. Luaran yang dihasilkan yaitu berupa aplikasi penjualan secara *online (e-commerce)* untuk dapat memasarkan produk usaha kader PKK Kelurahan Ragunan secara luas. Pengabdian masyarakat ini mencapai kesimpulan utama bahwa strategi pemasaran digital secara efektif membantu pemberdayaan

ekonomi rumah tangga kader PKK dan strategi ini menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kemandirian ekonomi dan pendapatan mereka.

Kata kunci: inovasi digital; *e-commerce*; pemberdayaan ekonomi rumah tangga; pemasaran; kader PKK.

PENDAHULUAN

Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP.PKK) adalah mitra kerja pemerintah dan organisasi masyarakat [1]. Mereka bertanggung jawab untuk mengatur, merencanakan, melaksanakan, mengawasi, dan mendorong program PKK di semua tingkatan [2]. Berwirausaha untuk meningkatkan penjualan UMKM adalah salah satu program PKK. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu alternatif solusi bagi masalah sosial seperti kemiskinan dan pengangguran. Mengiklankan barang atau jasa melalui berbagai *platform* digital dikenal sebagai strategi pemasaran digital [3].

Salah satu alat yang sangat efektif untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk, termasuk untuk UMKM, adalah pemasaran digital. Dengan menggunakan *platform* digital seperti media sosial, *website*, dan berbagai saluran *online* lainnya, UMKM memiliki kesempatan untuk mencapai pasar yang lebih luas dan memperkuat merek mereka [4].

Kader Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKK) Kelurahan Ragunan, yang berlokasi di Jalan Saco No. 1 Kelurahan Ragunan, Kecamatan Pasar Minggu, Jakarta Selatan, adalah mitra dalam program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) yang diajukan untuk pengabdian masyarakat. PKK Kelurahan Ragunan didirikan pada tahun 2009 dan saat ini terdiri dari 77 anggota. Salah satu pekerjaan kader PKK Kelurahan Ragunan adalah berwirausaha dengan menjual makanan, minuman, dan minyak lentik, dengan tujuan meningkatkan pendapatan dan keuntungan ekonomi keluarga [5].

Latar belakang kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah mitra PKM kader PKK Kelurahan Ragunan memiliki beberapa keterbatasan dalam hal identitas, pengemasan dan pemasaran produk [6]. Untuk identitas produk, belum adanya logo (label) untuk kemasan, sehingga produk yang telah dibuat kurang dikenal. Selain itu, belum ada desain kemasan yang aman untuk pengiriman produk bisnis yang dijual [2]. Selama ini, penjualan hanya dilakukan melalui bazar event di sekitar Kelurahan Ragunan sehingga kurangnya jaringan pemasaran [7]. Jangkauan penjualan yang terbatas, dan target pasar yang tidak luas dan beragam, pendapatan atau omzet penjualan tidak meningkat [8].

Tujuan pengabdian kepada masyarakat dengan mitra kader PKK Kelurahan Ragunan, yaitu memperkenalkan anggota PKK pada *platform* dan strategi pemasaran digital, seperti media sosial, *e-commerce*, dan marketplace, sehingga mereka dapat mengoptimalkan penjualan produk secara *online* [9]. Melalui pemasaran digital kader PKK Kelurahan Ragunan diharapkan dapat memperluas jangkauan pasarnya tidak hanya di wilayah ragunan, tetapi juga ke konsumen yang lebih luas di tingkat regional dan nasional, membantu kader PKK Kelurahan Ragunan dalam membangun identitas dan branding yang kuat untuk produk-produk mereka, sehingga memiliki daya saing yang lebih baik di pasar [10]. Dengan penerapan inovasi digital, program ini bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan produk-produk kader PKK Kelurahan Ragunan sehingga dapat berdampak positif terhadap perekonomian rumah tangga mereka.

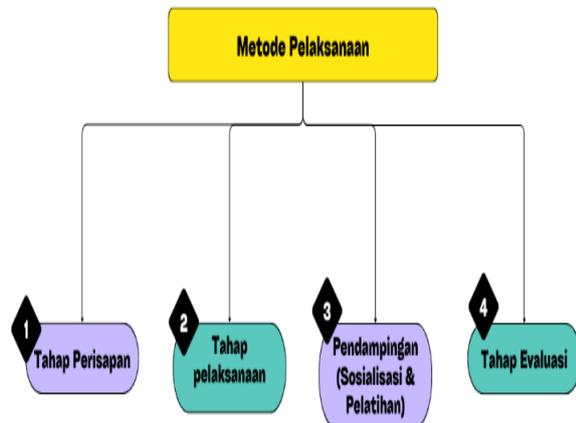
Sedangkan manfaat pengabdian kepada masyarakat dengan mitra kader PKK Kelurahan Ragunan, yaitu meningkatkan Omzet dan Pendapatan keluarga dan kesejahteraan ekonomi rumah tangga. Meningkatkan daya saing produk kader PKK Kelurahan Ragunan di pasar yang lebih luas, baik di pasar lokal maupun *online* [11]. Kader PKK Kelurahan Ragunan akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya adopsi teknologi dalam bisnis, terutama dalam menghadapi tantangan kompetisi di era digital, dengan penerapan pemasaran digital, kader PKK dapat memperluas jaringan bisnis mereka, berkolaborasi dengan pihak lain, seperti pemasok, pelanggan, dan *platform e-commerce*, untuk meningkatkan kesempatan dan peluang bisnis yang lebih besar [12].

Solusi untuk semua masalah tersebut diperlukan pembuatan desain logo produk yang menarik untuk kemasan, membuat desain kemasan untuk produk bisnis agar aman saat dikirim, membuat akun media sosial seperti Instagram untuk jejaring sosial, dan membangun sistem informasi penjualan berbasis web yang memungkinkan pelanggan dapat membeli produk kapan saja dan di mana saja [13].

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Bagan alur dari metode yang digunakan untuk melaksanakan pengabdian masyarakat pada

kader PKK Kelurahan Ragunan ditunjukkan pada Gambar 1.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 1. Bagan Alur Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Berdasarkan alur metode pelaksanaan pengabdian masyarakat pada Gambar 1, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan
Pada tahap ini melakukan observasi, wawancara dan pengumpulan data kepada kader PKK Kelurahan Ragunan terkait dengan permasalahan penjualan produk-produk usaha yang dilakukan oleh kader PKK Kelurahan Ragunan.
2. Tahap Pelaksanaan
Pada tahap pelaksanaan, dibuat aplikasi *e-commerce* yang memungkinkan transaksi penjualan *online* dengan menggunakan model waterfall [14]. Logo produk juga dibuat untuk label *packaging* agar produk dikenal dan menarik perhatian pelanggan.
3. Tahap pendampingan
Pada saat ini, kader PKK Kelurahan Ragunan menerima pendampingan dan bimbingan secara pribadi. Pada tahap pendampingan, beberapa tugas dilakukan:
 - a. Sosialisasi
Memberikan sosialisasi mengenai logo produk yang baru untuk proses produksi *packaging* pada label kemasan, desain *packaging* untuk kemasan pengiriman, mensosialisasikan aplikasi *e-commerce* yang telah dibuat kepada kader PKK Kelurahan Ragunan [15].
 - b. Pelatihan
Kader PKK Kelurahan Ragunan harus dilatih dalam menggunakan *platform e-commerce*

untuk memasarkan produk mereka. Pembuatan akun, mengunggah produk, mengelola barang, dan proses transaksi dapat menjadi subjek pelatihan ini [16].

- c. Pendampingan
Kader PKK Kelurahan Ragunan yang membutuhkan bimbingan dan pendampingan lebih lanjut dalam menggunakan *platform e-commerce* ini dapat dicapai melalui komunikasi *online* seperti sesi tatap muka, panggilan telepon, atau metode lainnya. [17]
4. Tahap evaluasi
Mengevaluasi penggunaan *e-commerce* oleh kader PKK di Kelurahan Ragunan secara berkala dan meminta komentar mereka tentang pengalaman mereka. Hal ini mendukung peningkatan layanan dan dukungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Kegiatan

Kegiatan ini berupa pelatihan dengan tema “Penerapan Inovasi Digital Pemasaran untuk Peningkatan Omzet Pemberdayaan Ekonomi Rumah Tangga Kader PKK Kelurahan Ragunan” dilaksanakan secara Offline/luring.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan pada hari Jumat, 23 Agustus 2024 di kampus Universitas Nusa Mandiri. berfokus pada pelatihan dan sosialisasi pengemasan produk usaha. Pada hari Kamis, 12 September 2024, kegiatan pelatihan penggunaan *platform web e-commerce* yang dilaksanakan di hotel Sahati.

Sosialisasi dan Pelatihan Desain Logo dan Pengemasan Produk

Sosialisasi desain logo (*sticker*) dan pengemasan produk dihadiri oleh mitra kader PKK Ragunan, dan pembicara pada kegiatan ini tim dosen pengabdian masyarakat Universitas Nusa Mandiri. Pada kegiatan ini dilakukan sosialisasi mengenai desain label yang menarik agar produk-produk usaha yang dijual oleh kader PKK Kelurahan Ragunan dapat dikenal dimasyarakat. Untuk kebutuhan desain logo (*sticker*), maka pada saat sosialisasi dipraktikkan bagaimana memberikan logo (*sticker*) di produk usaha mereka agar produk mempunyai merk dan branding sehingga dapat dikenal di masyarakat. Adapun contoh hasil desain logo apada kemasan produk mitra ditunjukkan pada Gambar 2.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 2. Hasil Desain Label dan Kemasan Pengiriman Produk

Pada kegiatan ini dibahas juga mengenai sosialisasi pengemasan produk yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kader PKK mengenai pentingnya pengemasan yang baik agar aman pada saat pengiriman dan untuk meningkatkan nilai jual produk serta menarik minat konsumen. Dengan kemasan yang lebih baik, diharapkan produk usaha kader PKK Kelurahan Ragunan akan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar, baik di tingkat lokal maupun regional, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan penjualan. Kondisi suasana sosialisasi ini ditunjukkan pada Gambar 3.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 3. Sosialisasi Pengemasan Produk

Alat yang digunakan pada sosialisasi pengemasan produk ini menggunakan mesin *vacuum sealer* yang ditunjukkan pada Gambar 4.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 4. Mesin *Vacuum Sealer* dan plastic *vacum* untuk Pengemasan Pengiriman Produk

Untuk kebutuhan pengiriman produk maka diberikan aset berupa mesin *vacuum sealer* dan plastik *vacum* untuk dipraktekkan kepada mitra kader PKK Kelurahan Ragunan. Setelah kegiatan pelatihan selesai dilakukan, tim melakukan evaluasi dengan menyebarkan kuesioner kepada peserta untuk menilai keberhasilan kegiatan pelatihan pengemasan produk yang telah dilakukan. Adapun hasil grafik pengisian kuesioner ditunjukkan pada Gambar 5.

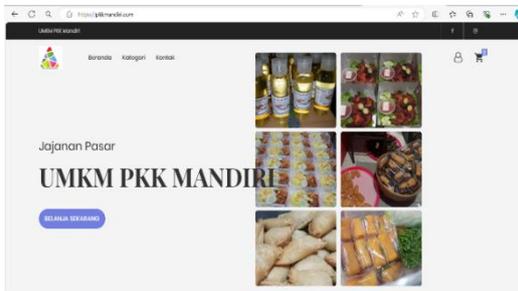


Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 5. Grafik Hasil Pengisian Kuesioner Kegiatan Pelatihan Pengemasan Produk

Berdasarkan grafik pada Gambar 5 menunjukkan bahwa secara keseluruhan terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan kader PKK terkait desain logo yang baik dan teknik pengemasan produk setelah mengikuti pelatihan, dan dampaknya terhadap peningkatan kualitas produk serta peningkatan potensi penjualan produk. Rata-rata grafik diatas menunjukkan 80% terjadi peningkatan dalam hal peningkatan kualitas produk dan peningkatan omzet penjualan.

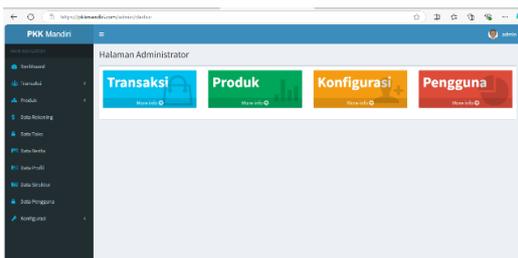
Pelatihan Penggunaan Website E-commerce

Selanjutnya pada hari Kamis, 12 September 2024 bertempat di Hotel Sahati, dilaksanakan kegiatan pelatihan penggunaan platform e-commerce dengan mitra kader PKK Kelurahan Ragunan. Pelatihan ini membahas cara menggunakan platform e-commerce, dengan alamat url <https://PKKmandiri.com>. Tim dosen Universitas Nusa Mandiri melakukan pelatihan tentang bagaimana penggunaan platform e-commerce mulai dari pembuatan akun, mengunggah produk, mengelola barang, proses transaksi sampai dengan laporan penjualan. Selain itu memperkenalkan fitur penting dari platform e-commerce seperti pembayaran online, sistem pengiriman barang, manajemen pesanan dan layanan pelanggan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman kader PKK tentang cara kerja platform secara keseluruhan. Tampilan menu home pada website e-commerce PKK Mandiri ditunjukkan pada Gambar 6.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 6. Tampilan Home Website E-commerce PKK Mandiri

Berdasarkan tampilan home pada Gambar 6 menunjukkan pada tampilan home website e-commerce tersebut terdapat menu navigasi Beranda, Kategori dan Kontak. Serta terdapat menu untuk login admin yang akan mengarahkan ke halaman admin seperti yang ditunjukkan pada Gambar 7.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 7. Tampilan Halaman Admin

Berdasarkan tampilan halaman admin pada Gambar 7 dapat dijelaskan bahwa halaman

tersebut digunakan untuk mengelola transaksi penjualan dan pembelian, mengelola data produk, mengelola konfigurasi atau pengaturan akun serta mengelola data pengguna website. Dengan keterampilan ini, mereka dapat memanfaatkan platform digital untuk menjual produk secara online, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan. Dengan mengoptimalkan pemanfaatan situs e-commerce, kader PKK dapat meningkatkan omzet penjualan mereka secara signifikan. E-commerce memungkinkan produk mereka diakses oleh konsumen yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar wilayah lokal. Setelah kegiatan selesai, dilakukan foto bersama antara kader PKK dan tim pelaksana pengabdian masyarakat yang ditunjukkan pada Gambar 8.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 8. Foto Bersama Kader PKK Kelurahan Ragunan

Selain itu, untuk menilai keberhasilan kegiatan pelatihan website e-commerce yang telah dilakukan, tim melakukan evaluasi dengan menyebarkan kuesioner kepada para kader PKK sebagai peserta. Grafik hasil pengisian kuesioner mengenai kegiatan pelatihan penggunaan platform e-commerce <https://PKKmandiri.com> ditunjukkan pada Gambar 9.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 9. Grafik Hasil Kuesioner Pelatihan Web E-commerce

Berdasarkan hasil kuesioner pada Gambar 9 menunjukkan bahwa peserta pelatihan merasakan manfaat signifikan dalam pengelolaan usaha *e-commerce* setelah mengikuti pelatihan. Penggunaan *website e-commerce* memperluas jangkauan pasar, sistem pembayaran yang lebih mudah dan komunikasi yang lebih cepat dengan pelanggan. Faktor lain yang turut mendorong kenaikan omzet penjualan adalah kemampuan para peserta untuk memanfaatkan fitur-fitur *website* dalam mendukung pemasaran dan penjualan produk. Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun strategi yang memungkinkan para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk bersaing lebih baik di era digital, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan omzet mereka.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan PKM yang telah dilakukan adalah pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kader PKK dalam dua aspek utama yaitu pengemasan produk yang lebih menarik dan profesional, serta penggunaan *platform e-commerce* untuk pemasaran produk. Hal ini dapat dilihat berdasarkan grafik pengisian kuesioner oleh peserta. Kader PKK sekarang lebih memahami pentingnya kemasan yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar. Kader PKK yang sebelumnya kurang familiar dengan teknologi dan *platform* digital kini telah mampu memanfaatkan *website e-commerce* <https://PKKmandiri.com> untuk memasarkan produk mereka secara *online*. Dengan penggunaan *platform e-commerce*, produk yang sebelumnya hanya dipasarkan secara lokal kini memiliki jangkauan yang lebih luas. Kolaborasi antara dosen Universitas Nusa Mandiri dan kader PKK Kelurahan Ragunan berjalan dengan baik. Para dosen memberikan bimbingan teknis yang diperlukan, sementara kader PKK menunjukkan antusiasme dan komitmen tinggi dalam mengikuti pelatihan dan menerapkan ilmu yang diperoleh.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi, Universitas Nusa Mandiri, dan semua yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan hibah pengabdian kepada masyarakat ini, termasuk tim dan panitia yang telah berpartisipasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. H. Purwantini, K. Akhyaar, N. Saputri, M. Endro, R. Husni, and D. Setyaningsih, "Pemberdayaan wanita melalui PKK guna meningkatkan kualitas sdm dan perekonomian masyarakat Desa Ngepanrejo Kabupaten Magelang", *GERVASI*, vol. 5, no. 3, pp. 336-347, Dec. 2021, doi: 10.31571/gervasi.v5i3.2275.
- [2] F. Leviana, W. Herdwiani, and O. Saptarini, "Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Produksi Minyak Angin Aromaterapi," *ABDIMAS ALTRUISJ. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 22-27, 2020, doi: 10.24071/aa.v2i2.2543.
- [3] D. F. F. D. Butar-butur, "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah," *J. Visi Ekon. Akunt. dan Manaj.*, vol. 6, no. 2, pp. 110-114, 2024.
- [4] L. Sugiyanti, "Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM SHIBIRU," *Jurnal Dinamika Manajemen*, vol. 14, no. 1, pp. 111-123, 2022.
- [5] T. Widjatmaka and R. N. Praptiwi, "Pembelajaran Kewirausahaan Dan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MbkM) : Studi Kasus Di Jurusan Teknik Mesin Politeknik Negeri Jakarta," *Eqien - J. Ekon. Dan Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 509-519, 2022, doi: 10.34308/eqien.v10i2.647.
- [6] W. Achmad, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kewirausahaan Sosial : Membangun Kemandirian Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kewirausahaan Sosial : e-ISSN : 2809-8862 Membangun Kemandirian Willya Achmad," *Co-Value J. Ekon. Kop. Kewirausahaan*, vol. 14, no. 9, 2024.
- [7] H. A. Az-Zuhdiyyah and A. A. Ridlwan, "Pemberdayaan Perempuan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga pada Program Lapak Berkah IZI Jawa Timur", *JMS*, vol. 7, no. 4, Apr. 2023, doi: 10.30651/jms.v7i4.18198.
- [8] F. Fatmawati, S. N. Khasanah, N. Narti, and M. Maruloh, "Pemanfaatan *Platform Marketplace* Untuk Ekspansi Bisnis Umkm Lokal," *J. AbdiMas Nusa Mandiri*, vol. 5, no. 2, pp. 77-82, 2023, doi: 10.33480/abdimas.v5i2.4733.
- [9] M. Muarifuddin, A. Rifai RC., J. Sutarto, T. J. Raharjo, and A. Yusuf, "Ketahanan Keluarga sebagai Peningkatan Pemberdayaan Keluarga bagi Anggota PKK," *J. Bina Desa*,

- vol. 3, no. 3, pp. 200–205, 2022, doi: 10.15294/jbd.v3i3.26974.
- [10] R. P. Dewanti, H. Ningsih, E. Paryanto, and S. H. Yudhanto, "Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Ringan sebagai Peningkatan Daya Beli Konsumen Keripik Singkong," UN PENMAS (Jurnal Pengabdian Masyarakat untuk Negeri), vol. 1, no. 2, 2021. doi: 10.29138/un-penmas.v1i2.1593.
- [11] A. Istiqomah, D. Kartika, and O. P. Safira, "Pengabdian Masyarakat Melalui Pelatihan Pemasaran Digital Menggunakan Ecommerce Shopee Pada UMKM Majun Jaya Di Kp. Pasir Pogor Rt/Rw 009/005 Ds. Nagacipta Kec. Serang Baru Kab. Bekasi," *Din. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 10–16, 2024, doi: 10.56457/dinamika.v2i1.552.
- [12] R. I. Handayani, F. Frieyadie, and ..., "Workshop Pembuatan *Website* Sebagai Media Promosi Orgaisasi Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) Ciledug," *J. AbdiMas ...*, vol. 4, no. 2, pp. 69–74, 2022, doi: 10.33480/abdimas.v4i2.3889
- [13] M. R. Roosdhani, A. Ali, and M. Sholahuddin, "Pemberdayaan Dan Pendampingan *E-commerce* Umkm Desa Kriyan Kecamatan Kalinyamatan Kabupaten Jepara," *J. AbdiMas Nusa Mandiri*, vol. 5, no. 2, pp. 91–96, 2023, doi: 10.33480/abdimas.v5i2.4649.
- [14] C. Fatma Putri and A. Yuniar Rahman, "Pelatihan dan Pemanfaatan *Website* Sebagai *E-commerce* pada UKM Batik Poesaka Djagad di Kota Malang Training and Utilization of *Website* as *E-commerce* for Poesaka Djagad Batik SMEs in Malang City," vol. 8, no. 3, pp. 632–640, 2024.
- [15] R. Hardaningtyas and H. Artikasari, "Inovasi Desain Kemasan Produk & Repackaging Pada Umkm Rengginang 'Bu Tamsuni,'" *PENA DIMAS J. Pengabdi. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–5, 2022, doi: 10.33474/penadimas.v1i1.18481.
- [16] R. I. Handayani, N. Nurmalasari, and ..., "Pembuatan Aplikasi *E-commerce* Sebagai Media Pemasaran Produk Bagi Komunitas Mersi Fans Club," *J. AbdiMas ...*, vol. 2, no. 1, pp. 2–4, 2020.
- [17] N. Solikhah, S. Fitriana, and V. Maarif, "Pemanfaatan E - Commerce Untuk Umkm Di Desa Pasir Wetan Kabupaten Banyumas", *abdimas*, vol. 5, no. 1, pp. 29 - 35, Apr. 2023, doi: 10.33480/abdimas.v5i1.4131.