

**PEMBEKALAN ILMU *DIGITAL MARKETING* UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN KERUPUK BERAS PANTI ASUHAN  
ACHMAD YANI KOTA PONTIANAK**

**Anwar Azazi<sup>1</sup>, Hafidz Rifqi Alaydrus<sup>2</sup>, Aulia Ariandini<sup>3</sup>, Dela Agustin<sup>4</sup>, Agung Hidayat Pratama<sup>5</sup>, Adrian Bosrin<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Tanjungpura

Jl. Prof. Hadari Nawawi, Pontianak, Kalimantan Barat

[anwar.azazi@ekonomi.untan.ac.id](mailto:anwar.azazi@ekonomi.untan.ac.id); [b1021221103@student.untan.ac.id](mailto:b1021221103@student.untan.ac.id);  
[b1021221119@student.untan.ac.id](mailto:b1021221119@student.untan.ac.id); [b1021221129@student.untan.ac.id](mailto:b1021221129@student.untan.ac.id);  
[b1021221196@student.untan.ac.id](mailto:b1021221196@student.untan.ac.id); [b1021221261@student.untan.ac.id](mailto:b1021221261@student.untan.ac.id)

**Abstract:** *The Ahmad Yani Orphanage in Pontianak City faces challenges in marketing its rice cracker product due to limited knowledge of digital marketing. This community service aims to provide digital marketing knowledge to increase the orphanage's product sales. The method used includes lectures, discussions, and direct practice over one month with 16 participants. Activities encompass digital marketing training, Canva workshops, video content creation, new product development, and handicraft making. The results show improved participant understanding of digital marketing, ability to create promotional content, and new product development. The orphanage now has a more effective digital marketing strategy, attractive promotional content, and a new product (amplang) to market.*

**Keywords:** *digital marketing, orphanage, rice crackers, online marketing*

**Abstrak:** *Panti Asuhan Ahmad Yani Kota Pontianak menghadapi tantangan dalam memasarkan produk kerupuk berasnya karena keterbatasan pengetahuan digital marketing. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pembekalan ilmu digital marketing guna meningkatkan penjualan produk panti. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, dan praktik langsung selama satu bulan dengan 16 peserta. Kegiatan mencakup pembekalan digital marketing, pelatihan Canva, pembuatan konten video, pengembangan produk baru, dan pembuatan kerajinan tangan. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang digital marketing, kemampuan membuat konten promosi, dan pengembangan produk baru. Panti asuhan kini memiliki strategi pemasaran digital yang lebih efektif, konten promosi yang menarik, dan produk baru berupa amplang untuk dipasarkan.*

**Kata kunci:** *digital marketing, panti asuhan, kerupuk beras, pemasaran online.*

**D**i era digital yang semakin berkembang, pemasaran online atau digital marketing telah menjadi suatu kebutuhan bagi berbagai jenis usaha. Digital marketing adalah salah satu metode pemasaran yang memanfaatkan berbagai saluran distribusi untuk memperkenalkan produk dan jasa kepada pelanggan (Riofita, 2015 dalam Waruwu dkk., 2022). Menurut Widiastuti dkk. (2021), digital marketing adalah aktivitas pemasaran produk yang dilakukan melalui internet atau media sosial. Kelebihan digital marketing adalah bisa diakses oleh siapa saja, kapan saja tanpa batasan jarak dan waktu (Coviello, 2001 dalam Widiastuti dkk., 2021). Potensi digital marketing sangat besar, namun kenyataannya banyak pelaku bisnis yang belum mampu memanfaatkannya secara optimal, salah satunya Panti Asuhan Ahmad Yani.

Yayasan Panti Asuhan Ahmad Yani yang telah berdiri sejak tahun 1978, merupakan salah satu lembaga sosial yang menjadi rumah bagi 27 anak yatim, piatu, dan anak-anak yang kurang mampu. Panti asuhan ini berlokasi di 2 tempat yaitu di Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 18A (Panti Putri) dan di Jalan Aliyanyang Gg. Kurnia (Panti Putra), Pontianak, Kalimantan Barat. Selain menjadi tempat tinggal bagi anak panti, panti asuhan ini juga mengadakan beberapa kegiatan rutin yang telah dilaksanakan sejak lama. Salah satu kegiatannya yaitu membuat kerupuk beras yang dilakukan dua kali dalam seminggu. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana pelatihan keterampilan bagi anak-anak panti, tetapi juga berpotensi untuk menjadi sumber pendapatan tambahan untuk mendukung operasional panti.

Meskipun memiliki potensi pasar yang menjanjikan, Panti Asuhan Ahmad Yani menghadapi tantangan dalam upaya memasarkan kerupuk beras, terutama dalam memasarkan dan mempromosikan produk secara digital. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Juwita dan Handayani (2022) yang menunjukkan banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam bisnis mereka. Beberapa tantangan yang sering ditemui meliputi kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital, dana yang terbatas, banyaknya pesaing, dan kesulitan membuat konten yang menarik (Donoriyanto dkk., 2023).

Saat ini, produk kerupuk beras hanya dipasarkan kepada orang yang berdonasi pada panti tersebut dan juga seringkali hanya diberikan secara cuma-cuma atau gratis kepada para donatur sebagai tanda terima kasih. Upaya untuk memperluas pemasaran pernah dilakukan dengan mencoba menjual kerupuk beras di Pasar Flamboyan, Kota Pontianak. Namun, upaya ini tidak berlangsung lama dikarenakan orang yang ditugaskan

untuk memasarkan produk ini tidak lagi berjualan di pasar tersebut. Situasi yang dihadapi panti asuhan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produk yang dimiliki dengan kemampuan dalam menguasai dan menerapkannya dalam memasarkan produk.

Mengingat tantangan yang dihadapi, pembekalan ilmu digital marketing menjadi hal yang sangat penting bagi Panti Asuhan Ahmad Yani. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan pentingnya digital marketing bagi usaha kecil dan menengah. Penelitian oleh Anisah (2021) menunjukkan bahwa peningkatan popularitas produk UMKM Desa Mulyoagung terjadi karena dipasarkan secara digital melalui berbagai aplikasi seperti Shopee dan platform lain. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Sagita dan Wijaya (2022) menemukan bahwa Bakmi Tando 07 setelah menerapkan digital marketing, penjualan mengalami peningkatan, jangkauan pasarnya lebih luas dan pelaku usaha dapat melihat review dari konsumen yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi kualitas produk.

Berdasarkan tantangan yang dihadapi oleh Panti Asuhan Ahmad Yani dan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan pentingnya digital marketing, tim KKM-PKM berkomitmen untuk memberikan pembekalan ilmu yang diperlukan agar panti asuhan dapat memanfaatkan potensi digital marketing secara maksimal. Untuk mengatasi tantangan pemasaran yang dihadapi, KKM-PKM akan menyelenggarakan program pembekalan ilmu digital marketing secara menyeluruh. Program ini mencakup berbagai kegiatan, seperti pembuatan konten video promosi dan konten desain poster yang menarik menggunakan aplikasi Canva hingga memberikan materi strategi digital marketing. Dengan demikian, diharapkan panti asuhan dapat meningkatkan visibilitas produk yang mereka miliki serta dapat menarik lebih banyak pelanggan.

## **METODE**

Kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa - Pengabdian Kepada Masyarakat (KKM - PKM) ini dilaksanakan dalam waktu kurang lebih 1 bulan, mulai tanggal 1 sampai tanggal 28 Juli 2024. Kegiatan ini dilaksanakan oleh 5 mahasiswa dan seorang dosen. Peserta kegiatan ini berjumlah 16 orang anak, yang terdiri dari 13 putri dan 3 putra. Adapun kegiatan ini berlangsung di Panti Asuhan Ahmad Yani (panti putri) yang berlokasi di Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 18A, Kota Pontianak. Alasan pengabdian ini dilaksanakan di panti putri dikarenakan pengurus panti menyarankan untuk menggabungkan anak panti putra dan putri pada panti putri saja. Selain karena jumlah anggota panti putra lebih sedikit,

lokasi ini dipilih karena memiliki lahan yang lebih luas serta mendukung jalannya kegiatan berlangsung.

Metode yang digunakan dalam kegiatan KKM-PKM ini merupakan metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Adapun Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini yaitu:

1. Pembekalan ilmu digital marketing
2. Pembuatan konten video
3. Pembuatan produk baru yaitu amplang
4. Pelatihan Canva
5. Pembuatan kerupuk beras
6. Pembuatan gelang sebagai pengembangan diri.

## **HASIL PEMBAHASAN**

### **Pembekalan Ilmu *Digital Marketing***

Pembekalan ilmu *digital marketing* ini sangat penting, mengingat potensi pasar online yang terus berkembang pesat dan memungkinkan kita menjangkau konsumen lebih luas dan lebih efektif. Dengan pemahaman yang baik tentang *digital marketing*, anak-anak panti diharapkan dapat memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk kerupuk beras mereka secara lebih efektif dan efisien.

Kegiatan ini dilaksanakan pada minggu pertama yaitu pada tanggal 03 Juli 2024, pukul 09.00 - 12.00 WIB. Pada materi pertama terkait *digital marketing*, narasumber dari tim KKM-PKM memberikan materi tentang pengertian *marketing* dan *digital marketing*, strategi dalam *digital marketing* serta platform *digital marketing*. Selain memberikan materi, kami juga menayangkan contoh video promosi yang dapat menarik konsumen.

Untuk menguji pemahaman peserta tentang materi yang sudah disampaikan, di akhir sesi tim KKM-PKM mengadakan kuis yang menggunakan website Quizizz. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuis tersebut dibuat berdasarkan materi yang telah disampaikan sebelumnya. Peserta dapat menjawab pertanyaan melalui perangkat pribadi mereka dan hasilnya ditampilkan langsung di layar. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai evaluasi, tetapi juga dapat mendorong peserta untuk lebih aktif serta menciptakan suasana belajar yang menyenangkan.

## Pelatihan Canva

Selain pembekalan *digital marketing*, pada minggu pertama tim KKM-PKM juga memberikan pelatihan canva kepada anak-anak panti untuk membuat konten promosi yang dapat menarik konsumen. Canva adalah platform desain grafis online yang memudahkan pengguna untuk membuat konten visual yang menarik dan profesional tanpa perlu keahlian desain khusus (Qisthiano dan Pramana, 2023). Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 05 Juli 2024, pukul 09.00 - 12.00 WIB. Pemberian materi dan pelatihan ini disampaikan langsung oleh tim KKM-PKM. Pada kegiatan ini, peserta dibagi menjadi 4 kelompok untuk membuat desain poster promosi. Beberapa hasil desain poster dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Desain Poster

Pada kegiatan ini, pembimbing lapangan juga turut hadir di lokasi kegiatan untuk melihat secara langsung jalannya kegiatan dan tentunya juga memberikan kata sambutan dan memberikan motivasi kepada anak-anak panti untuk terus belajar. Kehadiran pembimbing lapangan ini memberikan motivasi tambahan bagi tim KKM-PKM dan memastikan bahwa kegiatan berjalan dengan lancar.

Pelatihan canva ini mengajarkan anak-anak panti lebih kreatif dan terampil dalam membuat konten visual yang menarik guna mempromosikan produk mereka. Kemampuan ini sangat penting dan diperlukan di era digital marketing, dimana konten visual yang menarik dapat *engagement* dan penjualan produk.

## Pembuatan Kerupuk Beras

Kegiatan berlanjut pada minggu ke-2, kegiatan ini dilaksanakan 2 hari yaitu pada tanggal 08 dan 09 juli 2024. Adapun kegiatan ini yaitu melaksanakan pembuatan kerupuk beras yang dibimbing langsung oleh pengurus panti asuhan dan dibantu oleh beberapa anak panti yang ditugaskan membuat kerupuk beras. Kegiatan ini bertujuan agar tim KKM-PKM

dapat memahami dalam proses pembuatan kerupuk beras dan melalui keterlibatan langsung dalam proses produksi memungkinkan tim KKM-PKM mendapatkan pengetahuan berharga tentang kualitas dan keunikan produk.

Adapun langkah pertama yang harus dilakukan yaitu memasak dan mendinginkan nasi selama semalaman, ini dilakukan oleh pengurus panti dan anak panti pada h-1 pembuatan kerupuk beras. Selanjutnya, pada hari pembuatan kerupuk beras bahan-bahan yang akan diperlukan yaitu: 1. Nasi yang sudah dimasak dan didinginkan; 2. Garam; 3. Bawang putih; 4. Bumbu penyedap; dan 5. ketumbar.

Setelah semua bahan dan peralatan disiapkan, langkah selanjutnya adalah menghaluskan bawang putih dengan garam. Selanjutnya, nasi yang telah di didinginkan dicampurkan dengan bawang putih dan garam yang sudah dihaluskan serta tambahkan bumbu penyedap dan ketumbar bubuk. Jika nasi dan bumbu telah tercampur rata langkah selanjutnya adalah mengukus adonan tersebut kurang lebih 1 jam. Setelah dikukus, adonan yang masih hangat harus segera di tumbuk hingga padat dapat dilihat pada Gambar 2. Jika sudah padat maka adonan tersebut dibentuk bulat memanjang dengan menggunakan alas bisa menggunakan karung atau plastik yang bersih.



Gambar 2. Proses Penumbukan

Setelah terbentuk adonan tersebut dimasukkan ke dalam kulkas kurang lebih 24 jam. Setelah didinginkan didalam kulkas, adonan yang sudah mengeras tadi dipotong sesuai dengan bentuk kerupuk yang diinginkan dapat dilihat pada Gambar 3. Langkah akhir dalam pembuatan kerupuk beras ini dengan menjemur kerupuk yang sudah dipotong tadi di bawah sinar matahari langsung. Penjemuran kerupuk ini dilakukan hingga kerupuk tersebut kering dan jika sudah kering maka kerupuk beras siap dikemas dan dipasarkan.



Gambar 3. Proses Pemotongan

### **Pembuatan Gelang Sebagai Pengembangan Diri**

Kegiatan ini juga dilaksanakan pada minggu ke-2 yaitu tanggal 12 Juli 2024, pukul 13.00 - 15.00 WIB. Pada sesi pembuatan gelang, peserta dibagi menjadi 3 kelompok dan dibimbing langsung oleh tim KKM-PKM untuk membuat berbagai macam aksesoris seperti gelang, cincin, kalung dan strap handphone dapat dilihat pada Gambar 4. Bahan dan peralatan untuk membuat gelang sudah disiapkan oleh tim KKM-PKM sendiri. Adapun bahan dan peralatan yang disiapkan yaitu: 1. Manik-manik; 2. Tali senar elastis & tali giok; 3. Gunting; serta 4. Korek api.



Gambar 4. Pembuatan Gelang

Kegiatan pembuatan aksesoris ini telah berhasil meningkatkan kreativitas peserta, terlihat dari beragamnya desain aksesoris yang dibuat. Adapun hasil pembuatan aksesoris oleh anak panti dapat dilihat pada Gambar 5. Selain menjadikan peserta lebih terampil dan kreatif dalam membuat kerajinan tangan, kegiatan ini juga bermanfaat karena dapat membuka peluang bagi anak panti untuk memulai usaha sendiri (Fironika dkk., 2024).



Gambar 5. Dokumentasi Bersama dan Hasil Pembuatan Gelang

### **Pembuatan Amplang Sebagai Produk Baru**

Pada minggu ke-3 tanggal 20 Juli 2024, diadakan kegiatan pembuatan amplang sebagai permintaan pengurus panti asuhan. Tentunya sebelum mengajarkan proses pembuatan amplang kepada pengurus panti asuhan dan anak-anak panti, tim KKM-PKM terlebih dahulu mempelajari dan berlatih membuat amplang dan setelah menguasai proses pembuatannya, barulah tim KKM-PKM mengajarkannya kepada panti asuhan. Kegiatan ini melibatkan seluruh anggota KKM dan anak panti asuhan. Adapun bahan-bahan yang disiapkan oleh anggota KKM yaitu: 1. Ikan tenggiri ½ kilo; 2. Telur ; 3. Tepung tapioka; 4. Gula pasir; 5. Bumbu penyedap & garam ; 6. Soda kue.

Proses pembuatan amplang dimulai dengan memisahkan daging ikan tenggiri dari tulangnya dan setelah itu dagingnya dihaluskan menggunakan blender. Setelah daging tersebut halus, campurkan daging ikan dengan telur, gula, garam dan bumbu penyedap. Adonan ini kemudian dicampur dengan tepung tapioka dan soda kue hingga kalis. Setelah adonan tercampur rata dan kalis, maka langkah selanjutnya adalah bentuk adonan tersebut menjadi bola-bola kecil lalu pilin hingga rapi dapat dilihat pada gambar 6. Setelah selesai dipilin, potong adonan sesuai ukuran yang diinginkan.



Gambar 6. Proses Pembuatan Ampang

Selanjutnya adalah proses penggoreng amplang, adonan yang sudah dibentuk tadi dimasukkan ke dalam wajan berisi minyak dingin dan baru kemudian, kompor dinyalakan. Metode tersebut membantu amplang mengembang sempurna dan menghasilkan tekstur renyah. Proses penggoreng ini dilanjutkan hingga amplang yang digoreng berwarna keemasan dan proses ini memerlukan waktu yang lebih lama dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Amplang yang telah digoreng

Dalam kegiatan ini, tidak hanya memberikan ilmu dan keterampilan baru kepada anak-anak panti, tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi tim KKM-PKM dalam hal berbagi ilmu dan keterampilan. Proses belajar dan kemudian mengajar ini juga memberikan pemahaman mendalam tentang produk baru yang dapat dijual.

### **Pembuatan Konten Video**

Kegiatan ini dilaksanakan pada minggu ke-4 yaitu pada tanggal 27 Juli 2024. Pembuatan konten ini melibatkan anak-anak panti secara langsung. Adapun konten yang dihasilkan adalah dua jenis video. Yang pertama ada konten promosi kerupuk beras yang hanya dilakukan oleh tim KKM-PKM dan yang kedua ada konten video recap bersama anak panti dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Pembuatan Konten Video

Kegiatan pembuatan konten video ini tidak hanya menghasilkan video promosi yang dapat digunakan untuk pemasaran digital, tetapi juga dapat memberikan keterampilan baru kepada anak-anak panti. Mereka kini memiliki pemahaman dasar tentang cara membuat konten video, yang sangat berguna dalam era digital. Selain itu, proses pembuatan video ini juga membantu meningkatkan kepercayaan diri anak-anak, terutama dalam berbicara di depan kamera dan menjelaskan produk mereka. Dengan adanya video promosi, panti asuhan kini memiliki konten pemasaran yang lebih menarik. Video-video tersebut sudah diunggah ke media sosial seperti Instagram dan *story* WhatsApp untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Hal ini sejalan dengan tujuan awal program untuk meningkatkan kemampuan *digital marketing* panti asuhan dan mendukung penjualan mereka.

## SIMPULAN

Kegiatan KKM-PKM yang dilaksanakan selama satu bulan berhasil meningkatkan kemampuan anak-anak panti dalam *digital marketing*, pembuatan konten promosi, dan pengembangan produk. Program ini diselenggarakan untuk membantu panti asuhan dalam memanfaatkan *digital marketing* sehingga produk mereka dapat dipromosikan lebih luas dan menjangkau lebih banyak konsumen. Selama pelaksanaan, ada beberapa faktor penghambat yang dihadapi yaitu:

1. Kurangnya keaktifan beberapa anak panti dalam kegiatan pembuatan konten video, bahkan ada yang menolak untuk ikut serta.
2. Kurangnya kepercayaan pengurus panti terhadap anak-anak dalam mengelola akun media sosial panti asuhan.
3. Ketidakterbukaan pengurus panti dalam memberikan beberapa informasi kepada tim KKM-PKM seperti harga kerupuk beras, jumlah omset dan lain-lain.
4. Keterbatasan anggota kelompok dan waktu pelaksanaan kegiatan yang hanya berlangsung selama satu bulan.

Disamping faktor penghambat, tentunya kegiatan ini juga memiliki faktor pendukung yaitu:

1. Dukungan yang baik dari pengurus panti asuhan dalam menyediakan fasilitas dan waktu untuk kegiatan.
2. Antusiasme dan partisipasi aktif anak-anak panti dalam mengikuti pelatihan.
3. Kemampuan tim KKM-PKM dalam menyampaikan materi dan membimbing anak-anak panti.

4. Ketersediaan teknologi dan peralatan yang mendukung jalannya kegiatan.

Berdasarkan hasil kegiatan agar kegiatan ini lebih efektif kedepannya, disarankan untuk melibatkan pengurus panti asuhan secara langsung dalam proses pelatihan terutama dalam pelatihan *digital marketing*. Kendala kepercayaan pengurus terhadap anak-anak dalam mengelola media sosial dapat diatasi melalui pembinaan yang lebih mendalam seperti memberikan tanggung jawab secara bertahap dengan pengawasan yang lebih ketat. Untuk memastikan keberlanjutan program ini, perlu diadakan pelatihan berkelanjutan baik dalam bidang *digital marketing* maupun pengembangan keterampilan baru sehingga panti asuhan dapat secara konsisten dalam memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk mereka. Keterbukaan informasi dari pengurus panti juga sangat penting seperti dalam hal harga produk dan jumlah omset agar tim KKM-PKM dapat merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan mempermudah dalam menyusun laporan akhir KKM-PKM. Selain itu, pembagian kelompok pengabdian dengan lebih banyak anggota akan membantu mengatasi keterbatasan anggota kelompok sehingga setiap kegiatan dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Panti Asuhan Ahmad Yani atas kesediaan dan kerjasamanya dalam pelaksanaan program KKM-PKM ini. Kami juga berterima kasih kepada pihak Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tangjungpura yang telah memberikan dukungan dan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan KKM-PKM ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran pelaksanaan program, baik secara langsung maupun tidak langsung.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anisah, G. (2021). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee untuk Kelompok Pemuda Wirausaha di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. *MAFAZA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). [www.quirk.biz](http://www.quirk.biz)
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., Juliardi, N. R., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- Fironika, A. C., Kulbi, L., Karendra, A., & Maulita, A. L. (2024). Pelatihan Pembuatan Kerajinan Tangan Aksesoris manik – manik dan Pemasaran Digital Melalui Aplikasi Tiktok: Inovasi Kreatif dan Peluang Bisnis di Era Digital. *Karunia: Jurnal Hasil*

*Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 146–152.  
<https://doi.org/10.58192/karunia.v3i2.2213>

- Juwita, D., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 2(5), 249–255. <https://doi.org/10.17977/um068v2i52022p249-255>
- Qisthiano, M. R., & Pramana, D. (2023). Menggapai Keunggulan Promosi di Era Digital: Kolaborasi Canva untuk Peningkatan Ekonomi Lokal. *Faedah : Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 243–249. <https://doi.org/10.59024/faedah.v1i3.296>
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemn*, 1(3), 24–31.
- Waruwu, S., Mendrofa, Y., & Gulo, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(2), 286–294. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.46>
- Widiastuti, C. T., Azzahra, F., Prasetyani, E. T., & Fatkhur, D. F. I. (2021). Strategi Digital Marketing untuk Peningkatan Penjualan Jajan Tradisional UMKM di Kelurahan Mlatibaru Semarang. *Jurnal RIPTEK*, 15(1), 64–69. <http://ripteck.semarangkota.go.id>