

INOVASI PEMASARAN DIGITAL: MENDUKUNG UMKM DALAM MENGELOLA BISNIS SECARA EFEKTIF

Wira Pramana Putra¹, Zulfikri Akbar², Sonny Santosa³, Triani Patra Pertiwi⁴, Adhy Firdaus⁵, Djoko Widagdo⁶

¹)Program Studi S1 Perdagangan Internasional, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas YPIB Majalengka

²)Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Jambi

³)Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma

⁴)Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon

⁵)Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Ganesha

⁶)Program Studi D4 Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

e-mail: wirapramanaputra@universitasyipib.ac.id¹, zulfikriakbar8668@gmail.com², snnsantosa@gmail.com³, trianipatrapertiwi@gmail.com⁴, adhyfirdaus@stieganasha.ac.id⁵, djoko.widagdo@sttkd.ac.id⁶

Abstrak

Peningkatan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian lokal mendorong pentingnya inovasi pemasaran digital. Pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada UMKM dalam mengelola bisnis secara efektif melalui strategi pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan secara daring pada 11 November 2023, melibatkan 32 peserta dari kalangan dosen, mahasiswa, dan pengusaha. Penyampaian teori, studi kasus, dan workshop praktis menjadi metode utama dalam kegiatan ini. Peserta aktif terlibat dalam merancang strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik bisnis UMKM mereka. Hasilnya mencakup peningkatan pemahaman konsep pemasaran digital, pengembangan strategi praktis, dan implementasi nyata pada beberapa UMKM yang mengalami peningkatan pendapatan. Kesimpulannya, kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif terhadap peserta dan UMKM yang terlibat. Implementasi strategi pemasaran digital yang tepat dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis UMKM. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengukur keberlanjutan implementasi, memperdalam analisis sektor UMKM, dan mengeksplorasi dampak kolaborasi antar peserta. Dukungan finansial dari instansi terkait membuktikan pentingnya kolaborasi untuk mendukung pertumbuhan UMKM melalui inovasi pemasaran digital.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Kolaborasi, Pertumbuhan Bisnis.

Abstract

The increasing role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in local economies underscores the significance of digital marketing innovation. This community service aims to provide practical understanding and skills to MSMEs for effective business management through digital marketing strategies. The online activity, conducted on November 11, 2023, engaged 32 participants from academia and business. The main methods employed included theory presentation, case studies, and practical workshops. Participants actively designed digital marketing strategies tailored to the characteristics of their MSMEs. The outcomes encompassed an enhanced understanding of digital marketing concepts, the development of practical strategies, and tangible implementation resulting in increased revenue for several MSMEs. In conclusion, the activity successfully delivered positive impacts on participants and the involved MSMEs. The proper implementation of digital marketing strategies can enhance the visibility and competitiveness of MSMEs. Further research is recommended to measure the sustainability of implementations, deepen sector-specific analyses of MSMEs, and explore the collaborative impacts among participants. The financial support from relevant institutions underscores the importance of collaboration in supporting MSME growth through digital marketing innovation.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Collaboration, Business Growth.

PENDAHULUAN

Dalam perjalanan dinamis menuju masa depan yang diwarnai oleh kemajuan teknologi dan globalisasi yang tak kenal batas, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran sentral yang tak terbantahkan sebagai salah satu pilar utama dalam struktur ekonomi global. Fenomena ini tidak hanya terjadi di satu negara, melainkan merajut keterkaitan ekonomi antar-negara,

menciptakan jaringan bisnis yang semakin kompleks dan saling tergantung (Dianto et al., 2023). Sebagai tulang punggung ekonomi lokal, UMKM menjadi pemangku keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi di berbagai belahan dunia. Meskipun begitu, tidak dapat diabaikan bahwa UMKM masih dihadapkan pada sejumlah tantangan yang serius dalam upaya mengelola bisnis mereka dengan efektif. Tantangan-tantangan ini merangkum spektrum yang luas, mulai dari akses terhadap sumber daya finansial yang memadai hingga persaingan global yang semakin sengit (Munir, 2018).

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi yang melanda setiap aspek kehidupan, terutama di dunia bisnis, solusi yang semakin mendesak diperlukan untuk mengatasi tantangan ini. Salah satu pendekatan yang muncul sebagai penyelesaian potensial yang mampu memberikan dampak positif yang signifikan adalah melalui penerapan inovasi pemasaran digital. Melalui kehadiran di dunia maya, UMKM dapat merespon dengan lebih lincah terhadap perubahan pasar global (Amriana et al., 2021). Penerapan strategi pemasaran digital memungkinkan mereka untuk mengenali peluang baru, memperluas jangkauan pasar, dan membangun hubungan dengan pelanggan secara lebih efisien. Lebih dari sekadar alat pemasaran, inovasi digital menjadi katalisator transformasi, membuka pintu bagi UMKM untuk terlibat dalam ekosistem ekonomi digital yang berkembang pesat.

Namun, di balik potensi positifnya, perlu diakui bahwa peralihan ke pemasaran digital juga memunculkan sejumlah kompleksitas. UMKM harus menghadapi kurva pembelajaran untuk memahami alat dan strategi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, perlindungan data dan keamanan cyber juga menjadi isu krusial yang tidak bisa diabaikan. Dengan demikian, penerapan inovasi pemasaran digital bukanlah semata-mata langkah teknis, melainkan sebuah perjalanan yang membutuhkan komitmen, penyesuaian, dan edukasi kontinu (Tohawi, Iswanto, Subekan, SaDiyah, et al., 2023). Hanya melalui upaya bersama dari pelaku bisnis, pemerintah, dan pihak terkait lainnya, UMKM dapat mengoptimalkan potensi pemasaran digital untuk memperkuat posisinya dalam panggung global.

Dalam konteks ini, tidak hanya keterampilan teknis yang dibutuhkan, tetapi juga pemahaman mendalam terhadap dinamika pasar global dan perubahan perilaku konsumen. Hanya dengan demikian, UMKM dapat menjembatani kesenjangan antara kemampuan digital dan strategi bisnis yang holistik, menciptakan ekosistem yang berdaya saing tinggi. Dengan menggali potensi inovasi pemasaran digital secara mendalam, UMKM dapat membentuk cerita bisnis yang mencerahkan, bukan hanya sebagai peserta dalam pasar global, tetapi juga sebagai pelaku yang berkontribusi secara berarti terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan. Dalam perjalanan ini, penerapan inovasi pemasaran digital bukanlah sekadar pilihan, melainkan sebuah kebutuhan strategis yang menjadi kunci untuk membuka pintu menuju masa depan yang penuh harapan bagi UMKM (Tohawi, Iswanto, Subekan, Dianto, et al., 2023).

"Inovasi Pemasaran Digital: Mendukung UMKM dalam Mengelola Bisnis Secara Efektif" bukan sekadar sebuah program pengabdian kepada masyarakat; lebih dari itu, ini adalah sebuah misi yang bertujuan untuk mengatasi hambatan utama yang dihadapi UMKM dalam meraih potensi pasar online. Keterbatasan akses dan pemahaman terhadap strategi pemasaran digital tidak hanya menjadi rintangan, melainkan titik temu kritis yang memerlukan penyelesaian terstruktur (Sudirjo et al., 2023). Dalam pelaksanaan program ini, fokus utama adalah memberikan pemahaman mendalam terkait strategi pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan dan kapabilitas UMKM. Ini melibatkan serangkaian workshop, seminar, dan pelatihan langsung yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan kesiapan teknologi para pelaku UMKM. Workshop ini tidak hanya membahas aspek teknis pemasaran digital, tetapi juga mengupas strategi bisnis yang dapat dioptimalkan melalui penggunaan teknologi ini.

Pentingnya pendekatan praktis terletak pada implementasi langsung dari konsep-konsep yang dipelajari. Oleh karena itu, setiap sesi pelatihan dirancang untuk memberikan keterampilan praktis yang dapat diterapkan sehari-hari oleh UMKM. Dari penyusunan kampanye pemasaran online hingga analisis data untuk mendukung pengambilan keputusan strategis, setiap langkah diarahkan untuk meningkatkan efektivitas bisnis mereka di dunia digital (Hendratri et al., 2023). Selain itu, program ini juga melibatkan kemitraan dengan ahli industri pemasaran digital dan praktisi bisnis yang telah berhasil mengadopsi strategi ini. Forum diskusi dan mentoring bersama mereka menjadi kesempatan bagi UMKM untuk mendapatkan wawasan berharga, mendengar kisah sukses, dan memahami hambatan yang mungkin mereka hadapi dalam perjalanan menuju transformasi digital (Agustin & Munir, 2022).

Melalui kegiatan ini, bukan hanya keterampilan teknis yang ditingkatkan, tetapi juga terbentuklah komunitas saling mendukung antar-UMKM yang berbagi visi serupa. Hal ini menciptakan lingkungan kolaboratif di mana mereka dapat saling belajar, bertukar pengalaman, dan bersama-sama mengatasi tantangan yang ada. Selain memberikan pemahaman dan keterampilan, program ini juga memberikan akses ke sumber daya yang diperlukan, seperti alat pemasaran digital, platform analisis data, dan dukungan teknis. Ini bertujuan untuk memberikan bekal yang komprehensif bagi UMKM, tidak hanya untuk memulai perjalanan mereka dalam dunia digital, tetapi juga untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan yang terus-menerus dalam ekosistem digital. Sebagai bentuk nyata dari komitmen mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM, program "Inovasi Pemasaran Digital" ini diharapkan dapat menjadi model yang dapat diadopsi dan disesuaikan oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta. Melalui upaya bersama ini, kita dapat melihat UMKM tidak hanya bertahan, tetapi berkembang dan bersaing secara global dalam era digital yang penuh tantangan ini (Iswanto et al., 2023).

Kegiatan ini direncanakan secara online melalui aplikasi Zoom pada tanggal 11 November 2023. Dengan memilih platform digital, kami tidak hanya mengakomodasi keberagaman peserta dari berbagai kalangan, seperti dosen, mahasiswa, dan pengusaha, tetapi juga menciptakan aksesibilitas yang lebih luas bagi mereka yang ingin meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam pemasaran digital. Melalui partisipasi yang aktif dari 32 peserta, diharapkan kegiatan ini dapat menjadi wahana pembelajaran kolaboratif yang berdampak positif bagi perkembangan UMKM di lingkungan sekitar. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menjadi langkah nyata dalam mendukung UMKM, tetapi juga merupakan upaya bersama untuk membangun ekosistem bisnis yang tangguh melalui pemanfaatan inovasi pemasaran digital. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang strategi ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka, menjangkau pasar yang lebih luas, dan pada akhirnya, memberikan kontribusi positif yang lebih besar bagi pertumbuhan ekonomi lokal.

METODE

Metode Kegiatan:

1. Pendahuluan dan Pengantar: Kegiatan dimulai dengan sesi pendahuluan yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang pentingnya inovasi pemasaran digital bagi UMKM. Peserta diajak memahami konteks perkembangan teknologi informasi dan bagaimana hal ini dapat menjadi peluang strategis bagi pengembangan bisnis UMKM.
2. Penyampaian Teori dan Konsep: Sesi ini didesain untuk memberikan landasan teoritis seputar pemasaran digital. Materi mencakup konsep-konsep dasar, strategi pemasaran digital yang efektif, dan contoh kasus sukses. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif, memanfaatkan berbagai media presentasi untuk memudahkan pemahaman peserta.
3. Studi Kasus dan Best Practices: Melalui diskusi kelompok, peserta diajak untuk menganalisis studi kasus UMKM yang telah sukses menerapkan inovasi pemasaran digital. Hal ini bertujuan untuk menggali pembelajaran dari pengalaman nyata yang dapat diaplikasikan dalam konteks bisnis mereka sendiri.
4. Workshop Praktis: Sesi ini merupakan inti dari kegiatan, di mana peserta aktif terlibat dalam workshop praktis. Mereka akan dibimbing untuk membuat strategi pemasaran digital sederhana yang dapat diterapkan secara langsung dalam bisnis UMKM mereka. Berbagai tools dan platform digital akan dijelaskan dan dimanfaatkan secara langsung.
5. Sesi Tanya Jawab dan Diskusi: Setelah workshop, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi lebih lanjut. Fasilitator akan memberikan klarifikasi dan panduan tambahan berdasarkan pertanyaan peserta, menciptakan lingkungan yang mendukung pertukaran ide dan pengalaman.
6. Evaluasi dan Umpan Balik: Sebagai bagian penting dari kegiatan ini, sesi evaluasi dan umpan balik dilakukan untuk mengukur pemahaman peserta, sekaligus mendapatkan masukan yang berguna untuk perbaikan kegiatan di masa mendatang. Peserta juga diundang untuk berbagi pengalaman dan pandangan mereka.
7. Penutup dan Penyematan Materi: Kegiatan diakhiri dengan penutupan yang mencakup rangkuman materi, penekanan kembali pada pentingnya inovasi pemasaran digital, dan motivasi bagi peserta untuk menerapkan konsep yang telah mereka pelajari dalam bisnis UMKM mereka.

Dengan metode ini, diharapkan peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam mengelola pemasaran digital UMKM mereka secara efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan:

1. Peningkatan Pemahaman: Peserta kegiatan berhasil meningkatkan pemahaman mereka terhadap konsep-konsep dasar pemasaran digital. Mereka kini memiliki pengetahuan yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran online, alat-alat yang dapat digunakan, dan cara mengoptimalkan kehadiran digital untuk mendukung bisnis UMKM.
2. Pengembangan Strategi Pemasaran Digital: Melalui workshop praktis, peserta berhasil mengembangkan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik bisnis UMKM mereka masing-masing. Mereka memahami pentingnya merinci target audiens, memilih platform yang tepat, dan memanfaatkan alat pemasaran digital secara efektif.
3. Penerapan Konsep pada UMKM: Peserta berhasil menerapkan konsep dan keterampilan yang diperoleh selama kegiatan pada bisnis UMKM mereka. Beberapa di antara mereka telah menggantikan metode pemasaran tradisional dengan pendekatan digital, meningkatkan visibilitas mereka di pasar online dan mendekati diri dengan konsumen potensial.
4. Stimulasi Kolaborasi: Kegiatan ini juga berhasil membangun jaringan kolaboratif di antara peserta yang berasal dari berbagai kalangan. Dosen, mahasiswa, dan pengusaha saling berbagi pengalaman dan pengetahuan, menciptakan suasana yang memotivasi untuk pertukaran ide dan potensi kolaborasi di masa depan.
5. Umpan Balik Positif: Dari sesi tanya jawab dan evaluasi, ditemukan bahwa peserta memberikan umpan balik positif terhadap kegiatan ini. Mereka menyatakan bahwa kegiatan memberikan wawasan baru, menginspirasi, dan memberikan solusi konkret untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka melalui pemasaran digital.
6. Pemahaman Etika Digital: Peserta tidak hanya mempelajari strategi dan teknik pemasaran digital, tetapi juga memahami pentingnya etika digital. Mereka kini lebih berwaspada terhadap keamanan data, privasi pelanggan, dan tanggung jawab sosial dalam konteks pemasaran online.
7. Kontribusi Positif terhadap Ekosistem Bisnis Lokal: Melalui implementasi strategi pemasaran digital, beberapa UMKM yang terlibat dalam kegiatan ini melaporkan peningkatan pendapatan dan pertumbuhan bisnis. Hal ini tidak hanya memberikan dampak positif pada mereka sendiri tetapi juga berkontribusi terhadap ekosistem bisnis lokal secara keseluruhan.

Dengan demikian, hasil dari kegiatan ini mencerminkan kesuksesan dalam memberikan nilai tambah kepada peserta, mendorong penerapan inovasi pemasaran digital dalam bisnis UMKM, dan merangsang pertumbuhan ekonomi lokal melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Melalui pendahuluan yang menginspirasi, peserta diarahkan untuk memahami konteks pentingnya peran UMKM dalam perekonomian lokal. Pemaparan tersebut menjadi dasar yang solid untuk membangun pemahaman bersama akan urgensi pengembangan strategi pemasaran digital di era modern ini. Terlebih lagi, kehadiran dosen, mahasiswa, dan pengusaha dalam satu wadah diskusi menciptakan dinamika yang mengesankan, menegaskan bahwa inovasi pemasaran digital bukan hanya sekadar konsep teoritis, tetapi solusi konkret yang dapat diterapkan oleh semua pihak. Sesi penyampaian teori dan konsep menjadi fondasi utama bagi keberhasilan kegiatan ini. Materi yang disajikan tidak hanya memberikan gambaran menyeluruh tentang pemasaran digital, tetapi juga membuka ruang bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi. Kolaborasi antara peserta dan pembicara menciptakan suasana interaktif yang mendalam, memastikan bahwa setiap peserta memperoleh pengetahuan yang relevan dengan konteks bisnis UMKM mereka (Susanti & Munir, 2022).

Salah satu poin puncak kegiatan ini adalah workshop praktis, di mana peserta secara aktif terlibat dalam merancang strategi pemasaran digital untuk bisnis UMKM masing-masing. Dalam suasana yang penuh semangat, para peserta menerapkan konsep yang telah mereka pelajari, menggunakan alat-alat digital, dan merancang langkah-langkah strategis yang dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis mereka. Workshop ini bukan hanya pembelajaran, tetapi juga langkah nyata menuju transformasi digital bagi UMKM. Setelah kegiatan selesai, sesi tanya jawab dan diskusi memberikan kesempatan bagi peserta untuk saling bertukar ide, berbagi pengalaman, dan mencari solusi bersama.

Ini bukan hanya simbol dari semangat kolaboratif yang terbangun selama kegiatan, tetapi juga memberikan inspirasi tambahan bagi peserta untuk terus menjelajahi potensi inovasi pemasaran digital dalam mendukung pertumbuhan bisnis mereka (Munir et al., 2023).

Evaluasi dan umpan balik positif dari peserta menegaskan kesuksesan kegiatan ini. Mereka tidak hanya meningkatkan pemahaman mereka tentang pemasaran digital, tetapi juga mampu menerapkan konsep tersebut dalam bisnis UMKM mereka dengan hasil yang nyata. Beberapa peserta melaporkan peningkatan pendapatan dan perluasan pasar setelah menerapkan strategi pemasaran digital yang baru dipelajari. Sebagai penutup, kegiatan ini bukan hanya sukses dalam memberikan solusi praktis untuk tantangan UMKM, tetapi juga menjadi tonggak inspiratif dalam membangun ekosistem bisnis yang tangguh dan berdaya saing tinggi. Dengan demikian, kegiatan ini bukanlah akhir, melainkan awal dari perubahan positif dalam paradigma pemasaran UMKM di era digital.

SIMPULAN

Dengan terselenggaranya kegiatan "Inovasi Pemasaran Digital: Mendukung UMKM dalam Mengelola Bisnis Secara Efektif," dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif yang signifikan. Peserta, yang terdiri dari dosen, mahasiswa, dan pengusaha, mampu meningkatkan pemahaman mereka tentang strategi pemasaran digital dan mengimplementasikannya dengan sukses dalam bisnis UMKM masing-masing. Workshop praktis menjadi langkah nyata menuju transformasi digital, menciptakan peluang baru dan peningkatan pendapatan bagi beberapa UMKM. Kolaborasi antar peserta dari berbagai kalangan tidak hanya memperkaya diskusi, tetapi juga merangsang pertukaran ide yang berpotensi menghasilkan sinergi di masa depan. Umpan balik positif dari peserta menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya memenuhi ekspektasi, tetapi juga memberikan solusi konkret untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui pemasaran digital. Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya menjadi sukses dalam memberikan pemahaman dan keterampilan praktis, tetapi juga menjadi awal yang menjanjikan dalam membentuk ekosistem bisnis lokal yang lebih tangguh melalui pemanfaatan teknologi informasi. Diharapkan bahwa semangat inovasi yang ditanamkan dalam kegiatan ini akan terus berkembang dan memberikan dampak positif dalam jangka panjang bagi UMKM dan pertumbuhan ekonomi lokal.

SARAN

Untuk mengoptimalkan manfaat dari kegiatan ini, penelitian lebih lanjut dapat fokus pada:

1. Evaluasi Implementasi Jangka Panjang: Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengevaluasi implementasi strategi pemasaran digital yang diadopsi oleh UMKM dalam jangka waktu yang lebih panjang. Ini akan memberikan pemahaman mendalam tentang keberlanjutan dan dampak jangka panjang dari inovasi pemasaran digital.
2. Analisis Lebih Mendalam terhadap Perbedaan Sektor UMKM: Mengingat keragaman sektor UMKM, penelitian dapat difokuskan pada analisis lebih mendalam terhadap perbedaan dalam menerapkan strategi pemasaran digital antar sektor. Hal ini akan membantu mengidentifikasi tantangan dan peluang yang spesifik untuk masing-masing sektor.
3. Studi Khusus pada Etika Digital dalam Pemasaran: Dalam konteks meningkatnya kekhawatiran terhadap privasi dan etika digital, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi bagaimana UMKM dapat memanfaatkan pemasaran digital dengan tetap memperhatikan aspek-aspek etika. Ini dapat mencakup penelitian lebih lanjut tentang keamanan data dan praktik-praktik pemasaran digital yang bertanggung jawab.
4. Pengukuran Pengaruh Kolaborasi Antar-Peserta: Aspek kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan pengusaha dapat menjadi fokus penelitian lebih lanjut. Studi ini dapat mengevaluasi sejauh mana kolaborasi ini berdampak pada implementasi strategi pemasaran digital dan bagaimana hal itu dapat ditingkatkan.
5. Pemetaan Pengaruh Lingkungan Eksternal: Penelitian lebih lanjut dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana faktor-faktor lingkungan eksternal, seperti perubahan tren pasar atau perkembangan teknologi baru, dapat memengaruhi keberhasilan pemasaran digital UMKM. Hal ini dapat membantu dalam menyusun strategi yang lebih adaptif.

Dengan mengambil langkah-langkah penelitian lebih lanjut pada bidang ini, diharapkan dapat memperdalam pemahaman kita tentang implementasi inovasi pemasaran digital dalam konteks UMKM dan memberikan landasan yang lebih kokoh untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada instansi yang telah memberikan dukungan finansial yang sangat berarti dalam pengabdian ini. Dukungan tersebut telah memungkinkan terselenggaranya kegiatan "Inovasi Pemasaran Digital: Mendukung UMKM dalam Mengelola Bisnis Secara Efektif" secara sukses. Semoga kolaborasi ini dapat terus memberikan manfaat positif bagi pengembangan UMKM dan pertumbuhan ekonomi lokal. Terima kasih atas kepercayaan dan dukungan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. M., & Munir, M. (2022). IMPLEMENTASI MEDIA FILM ANIMASI UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN SISWA MENGURAI PESAN MORAL DALAM CERITA PADA SISWA KELAS III MI AL-FATTAH. *ISPRIS: Islamic Primary School*, 1(1), 40–55.
- Amriana, A., Munir, M., & Cholil, C. (2021). Pengkondisian Cara Belajar Anak-Anak TK melalui Teori Belajar Sosial dengan Teknik Modelling. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 11(2), 160–175.
- Dianto, A. Y., Hendratri, B. G., Zakariya, M., & Udin, M. F. (2023). Strategi Sukses Produksi Berbasis Ekonomi Islam: Studi Kasus Produksi Nucless di PT. Persada Nawa Kartika Kertosono. *Journal on Education*, 6(1), 10496–10502.
- Hendratri, B. G., Dianto, A. Y., Zakariya, M., & Udin, M. F. (2023). Transformasi Positif: Analisis Sistem Jual Beli Online di Anisa Online Shop Grosir Mlorah Rejoso Nganjuk dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal on Education*, 5(4), 17801–17806.
- Iswanto, J., Subekan, S., SaDiyah, D. F., Mastur, M., & Tohawi, A. (2023). Strategi Pemasaran yang Efektif: Meningkatkan Omzet Penjualan Roti dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Islam di Mawaddah Bakery Bandar Lor Kediri. *Journal on Education*, 5(4), 17807–17813.
- Munir, M. (2018). PENGGUNAAN POTENSI WILAYAH PERTANIAN SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR. *Al-Mudarris: Journal Of Education*, 1(2), 100–107.
- Munir, M., Hamzah, H., Hakim, L., Kusnadi, I. H., & Magdalena, M. (2023). The Effectiveness Analysis of Student Creativity Increasing Program Using Grimm's Rainbow Media. *Journal on Education*, 6(1), 5973–5981.
- Sudirjo, F., Kalalo, R. R., Utami, E. Y., Sulastri, T., & Putra, W. P. (2023). THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND INTELLECTUAL CAPITAL ON ORGANIZATIONAL PEFORWANCE WITH CONSUMEER SATISFICATION AS A MODERATING VARIABLE. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(1).
- Susanti, A. D., & Munir, M. (2022). IMPLEMENTASI METODE EKSPERIMEN DALAM MENGEMBANGKAN KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS PADA PEMBELAJARAN IPA MI MIFTAHUL ULUM BATURETNO SINGOSARI MALANG. *ISPRIS: Islamic Primary School*, 1(2), 103–120.
- Tohawi, A., Iswanto, J., Subekan, S., Dianto, A. Y., & Hendratri, B. G. (2023). Ritme Bisnis Digital: Dinamika Transaksi Online Jesika Shop Kebonagung Dalam Konteks Ekonomi Islam. *Journal on Education*, 6(1), 10490–10495.
- Tohawi, A., Iswanto, J., Subekan, S., SaDiyah, D. F., & Mastur, M. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Bawang Merah di Pasar Sukomoro Nganjuk. *Journal on Education*, 5(4), 17814–17822.