

OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DAN DESAIN PRODUK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DU' ANAK

Muhammad Alif Nur Arifin¹, Maylania Eka Sari², Dyan Nila Putri³, Imam Wahyudi⁴,
Melly Husaimah⁵, Putri Ayunda Aprilyana⁶, Ach Ubaidillah⁷, Mohammad Rofik⁸

^{1,2,3,4,5,8}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Wiraraja Madura

^{6,7}Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Wiraraja Madura

email: rofik@wiraraja.ac.id

Abstrak

Pada kegiatan ini bertujuan untuk membantu memberikan penyuluhan kepada masyarakat dan memberikan motivasi dalam mengelola secara efektif terhadap promosi penjualan produk guna untuk meningkatkan penjualan UMKM Du' Anak Desa Kasengan Tengah, kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep sebagai upaya untuk membangun perekonomian masyarakat Indonesia atau solusi keprihatinan terhadap bangsa Indonesia pada saat ini. Program pengabdian yang kami usulkan adalah "Optimalisasi Digital Marketing Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Du' Anak. Bentuk dari program magang ini adalah pengembangan masyarakat dalam peningkatan penjualan UMKM melalui optimalisasi digital marketing dan desain produk. Metode yang akan digunakan dalam pencapaian tujuan yaitu dengan bermacam metode seperti sosialisasi, diskusi tanya jawab serta pendampingan. Program ini memiliki tujuan beberapa bentuk pengabdian untuk mewujudkan perkembangan UMKM Du' Anak sebagai penggerak ekonomi di Desa Kasengan Tengah kecamatan Manding Kabupaten Sumenep. Melihat kondisi tingginya penggunaan sebuah media sosial dan beberapa perkembangan seperti market place yang sangat signifikan di Indonesia serta menjadi alasan utama mengapa UMKM Du' Anak sangat perlu mengikuti perkembangan pemasaran produk yang sangat trend saat ini.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Desain Produk

Abstract

This activity aims to help provide education to the community and provide motivation in effectively managing product sales promotions in order to increase sales of Du' Anak MSMEs, Central Kasengan Village, Manding sub-district, Sumenep Regency as an effort to develop the Indonesian community's economy or a solution to provide attention towards the Indonesian nation at this time. The service program that we are proposing is "Optimizing Digital Marketing and Product Design in Increasing Sales of Du' Anak MSMEs. The form of this internship program is community development in increasing MSME sales through optimizing digital marketing and product design. The method that will be used to achieve the goal is by various methods such as socialization, question and answer discussions and mentoring. This program aims to provide several forms of service to realize the development of Du' Anak MSMEs as an economic driver in Kasengan Tengah Village, Manding subdistrict, Sumenep Regency which is very significant in Indonesia and is the main reason why Du' Anak MSMEs. It is very necessary to follow developments in product marketing which are very trendy at the moment.

Keywords: Digital Marketing, Product Design

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) dari waktu ke waktu telah mengalami peningkatan yang cukup baik. Untuk para pemilik usahanya pun telah menghasilkan beberapa jenis produk yang beragam. Usaha kecil menengah menjadi salah satu ide untuk meningkatkan sebuah pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di tengah masyarakat agar menjadikan kesejahteraan hidup yang lebih baik. Usaha mikro kecil menengah menjadi salah satu pembantu perekonomian Indonesia, karena telah membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat. Jiwa mandiri yang di lakukan oleh para pemilik bisnis UMKM ini diharap untuk dapat mengurangi jumlah angka pengangguran jika melihat fakta seperti lapangan pekerjaan yang menyempit dan tenaga kerja lokal yang belum terserap hingga semakin bertambah.

Digital Marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online. Tujuan utama digital marketing adalah menarik pelanggan dan memungkinkan pelaku usaha dan

pelanggan berinteraksi melalui pemanfaatan media elektronik, oleh pelaku usaha untuk mempromosikan produk (Putri Utami et al. 2023)

UMKM Du' Anak yang berasal dari Desa Kasengan Tengah, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep telah berdiri sejak tahun 2017. Berbagai jenis produk yang telah diproduksi oleh para pemilik UMKM Du' Anak yaitu kerupuk poli, dan keripik singkong. Hal tersebut merupakan keinginan mereka untuk dapat bersaing dan bertahan di pasar. Dari kondisi sebuah persaingan pasar yang kompetitif maka tidak lepas dari aspek perhatian, mereka harus saling bersaing dan bertahan untuk mendapatkan pengamatan dan perhatian konsumen, belum lagi bersaing dengan perusahaan besar. Meskipun demikian para pemilik UMKM saling bersaing, maka harus saling merangkul dan saling melengkapi agar terjadi kesejahteraan sesama pemilik bisnis

UMKM.

Dengan berkembangnya zaman pada saat ini, kita bisa memanfaatkan adanya internet. Internet merupakan sarana untuk membantu meringankan pekerjaan para masyarakat, khususnya para pemilik bisnis kecil maupun besar. Dengan semakin berkembangnya internet di Indonesia juga mempunyai dampak yang positif bagi pemilik usaha di Indonesia. Masyarakat dari pelosok negeri sangat terbantu untuk mencari sebuah informasi tentang produk yang diinginkan, kapanpun dan dimanapun, dan juga dari segi promosi usaha penjualan semakin murah dengan adanya internet. Sangat perlu untuk mengatur strategi pada digital marketing yang dilakukan dengan perangkat elektronik ataupun internet yang di satukan kepada pemasaran lainnya serta disatukan oleh platform media digital untuk membantu mempermudah pelanggan untuk saling berkomunikasi secara online.

Layaknya strategi bisnis yang lain, digital marketing juga memiliki tantangan dan permasalahan yang harus dihadapi. Salah satu tantangan utamanya adalah tidak semua lapisan masyarakat dapat memanfaatkan kemajuan dari teknologi Informasi & komunikasi (TIK) secara optimal. Maksudnya, untuk menerapkan digital marketing, maka masyarakat harus memikirkan rencana dan teknik digital marketing seperti apa yang akan digunakan, menentukan jumlah kegiatan digital marketing yang akan dikelola, menentukan konten yang dinamis, menarik, terprogram, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, perlu dilakukan pendampingan pemasaran dengan memanfaatkan media digital dan memperbaiki desain produk untuk meningkatkan minat konsumen (Sukartaatmadja, Hermawan, and Silaen 2023)

Begitu pula dengan desain produk yang juga penting terhadap peningkatan penjualan produk UMKM, agar menjadi daya tarik konsumen untuk di pasarkan secara digital di platform, terutama pada produk UMKM Du' Anak seperti kerupuk poli dan keripik singkong yang sangat bagus untuk menumbuhkan ide inovasi pada desain produknya agar tidak tetap menggunakan desain lama seperti produk UMKM lainnya. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan nilai manfaat yang positif dan memberikan banyak kemudahan bagi para pengguna, serta sebagai cara baru atau sebuah aplikasi berbasis teknologi dalam melakukan aktifitas didalam kehidupan manusia (Febriani 2021)

Berdasarkan latar belakang tersebut maka kami ingin membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi pemilik UMKM Du' Anak tersebut dengan judul PKL "Optimalisasi Digital Marketing Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Du' Anak"

METODE

Untuk kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan ditempat UMKM Du' Anak Desa Kasengan Tengah Kecamatan Manding Kabupaten Sumenep, dan kegiatan tersebut telah dilaksanakan selama satu bulan. Metode dalam pelaksanaan pelatihan adalah cara yang digunakan untuk mengimplementasikan rencana yang sudah disusun dalam kegiatan nyata agar tujuan yang telah disusun tercapai secara optimal. Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan adalah metode pendampingan, sosialisasi serta diskusi tanya jawab. Dalam pelatihan ini, narasumber berfokus kepada para pemilik UMKM terutama pemilik UMKM Du' Anak Desa Kasengan Tengah, kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep. Yang di mana strategi ini dipilih karena era saat ini adalah era New Media, dimana media sosial adalah cara yang murah dan efektif dalam melakukan penyebaran informasi. Narasumber dalam menyampaikan penjelasan juga memasukkan unsur "sharing" atau berbagi pengalaman mengenai penggunaan digital marketing dalam promosi bisnis dan ide desain produk yang dimiliki instruktur sehingga dapat memberikan gambaran lebih jelas kepada peserta. Peserta diajarkan bagaimana cara membuat akun media sosial, cara membuat materi posting yang menarik dan mudah dicari, dan kapan harus mengunggah postingan, dan cara membuat desain produk untuk menciptakan ketertarikan konsumen. Tim Pengabdian kelompok 13 sangat ingin membantu pelaku bisnis UMKM Du' Anak dari awal hingga berhasil agar tersampai pula tugas pengabdian tersebut pada tahun ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan dengan observasi ke tempat UMKM Du' Anak Desa Kasengan Tengah kecamatan Manding Kabupaten Sumenep yang telah dilakukan satu hari oleh tim Pengabdian kelompok 13. Tim Pengabdian kelompok 13 melakukan survei terhadap potensi produk yang berada di UMKM Du' Anak yang telah dihasilkan tersebut yang dimana ada dua produk yang telah dihasilkan yaitu kerupuk poli dan keripik singkong. Desa Kasengan Tengah kecamatan Manding yakni hampir semuanya memanfaatkan sumber daya alam seperti singkong, ketela yang diproduksi berbagai macam produk salah satunya yaitu keripik dan kerupuk yang telah umum dimata konsumen luar, selain itu para pelaku bisnis UMKM tersebut menjual hasil produksinya dengan cara konvensional yaitu menjual langsung kepada masyarakat, menitipkan langsung kepada warung-warung, dan dipasarkan melalui website, tetapi penjualan menggunakan cara website masih sangat kurang maksimal. Maka dari itu tim Pengabdian kelompok 13 sangat perlu untuk membantu memasarkan dengan cara digital marketing di salah satu market place, dan ingin memberikan sedikit inovasi pada desain kemasan pada produk tersebut untuk bisa menjadi daya tarik konsumen sehingga menjadi sebuah peningkatan penjualan.

Pelatihan dan Pengembangan

Masyarakat yang hadir pada acara sosialisasi tersebut sebanyak 4 yaitu pelaku bisnis UMKM Du' Anak, dosen, serta Mahasiswa Universitas Wiraraja. Pada kegiatan tersebut dilaksanakan di rumah pemilik bisnis UMKM Du' Anak yang berada di Desa Kasengan Tengah Kecamatan Manding Kabupaten Sumenep, dengan cara pemateri menggunakan sosialisasi serta diikuti oleh para pelaku bisnis UMKM Du' Anak yang sangat antusias mendengarkan, mendengarkan, berdiskusi, ingin mempraktekan membuat pemateri merasa sangat semangat, sehingga acara sosialisasi tersebut berjalan dengan lancar sampai acara selesai.



Gambar 1. sosialisasi pelatihan dan pengembangan

Pada pengelolaan dan penerapan teknologi tersebut dalam pengelolaan sumber daya alam di Desa Kasengan Tengah Kecamatan Manding Kabupaten Sumenep sebagai upaya optimalisasi sumber daya yang telah dimiliki, memajukan ekonomi, memberikan pelatihan kepada para pelaku bisnis khususnya UMKM Du' Anak, untuk kapabilitas para pelaku UMKM Du' Anak dengan mendorong pembentukan, mengembangkan, dan memajukan salah satu kewirausahaan. Para pelaku bisnis khususnya UMKM Du' Anak diajak untuk mengembangkan sebuah potensi yang telah dimiliki olehnya. Perkembangan tersebut tidak hanya diolah semata tetapi harus melakukan pengelolaan sebuah ide inovasi. Pada kegiatan selanjutnya yaitu pengenalan digital marketing atau pemasaran digital. Digital marketing atau pemasaran berbasis digital merupakan aktifitas atau kegiatan pemasaran dengan serangkaian cara serta teknik yang menggunakan media digital yang bertujuan meningkatkan penjualan. Digital marketing dapat dilakukan dengan berbagai media seperti: website, blog, youtube maupun menggunakan media sosial (Melati et al. 2020).

Ada beberapa strategi yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan digital marketing seperti: sebelum memilih media sosial apa yang akan ditentukan, setelah memilih media sosial yang akan dipilih, selanjutnya yaitu menentukan kepribadian, Kepribadian diri sangat penting bagi pelaku bisnis UMKM seperti mengatur tata bahasa dan bicara dalam berkomunikasi seperti gaya bahasa secara santai dan begitupun juga ada yang menggunakan gaya bahasa secara formal atau serius untuk berkomunikasi terhadap seorang konsumen. Pentingnya hal kepribadian harus sesuai dengan usaha

bisnis yang dimiliki. Untuk kepribadian dalam hal bahasa begitu penting untuk sarana promosi terlebih jika kita mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti Tiktok, Instagram. Bahasa yang menyenangkan akan membuat daya tarik banyak terhadap seorang konsumen (Melati et al. 2020)

Pada digital marketing strategi konten juga sangat perlu diperhatikan. Penjualan secara digital tanpa adanya konten yang menarik, semua yang dilakukan pada sosial media tidak akan ada hasilnya. Selain strategi konten juga ada hal penting seperti ide promosi, promosi juga menjadi daya tarik seorang konsumen, meskipun promo sangat banyak diminati oleh konsumen, akan tetapi jangan melakukan promo setiap hari, agar para konsumen tidak bosan terhadap produk tersebut. Promosi yang baik itu dilakukan pada saat waktu yang tepat dan pas serta memilih platform yang bagus. Menurut data dari Statista yang diterbitkan oleh Oberlo pada bulan Juni 2018, Instagram memiliki pengguna aktif 1 milyar lebih, tentunya sekarang ini jumlahnya lebih meningkat lagi. Sampai saat ini Instagram menjadi salah satu akun sosial media yang populer di seluruh dunia (Sopali, Charli, and Dewi 2022).

Selain konten yang menarik dan sebuah promosi juga ada hal penting lain yaitu sebuah ide inovasi desain produk. Dalam penjualan produk milik UMKM Du' Anak masih menggunakan desain lama seperti desain produk UMKM lainnya, maka tim Pengabdian kelompok 13 juga melakukan ide inovasi untuk merombak desain produk pada UMKM Du' Anak agar menciptakan sebuah inovasi baru, karena produk yang akan di pasarkan secara digital juga harus mempunyai desain yang bagus untuk membuat daya tarik seorang konsumen terhadap produknya. Produk yang memiliki desain bagus maka terlihat lebih elegan dan bisa menjual harga diatas harga pasaran di warung-warung rumahan Perkembangan kemasan dari masa ke masa sudah mengalami perubahan. Masa sekarang kemasan dapat dijadikan sebagai sarana komunikasi (Resti and Ilmiyah 2023).

Dalam perbaikan desain produk memang perlu dilakukan untuk mengembangkan citra merek produk dari UMKM Du' Anak tersebut seperti kerupuk poli dan keripik singkong agar juga bisa bersaing dengan industri lainnya yang telah berada dipasaran sejak lama. Produk UMKM Du' Anak tidak hanya mengandalkan kualitas produknya saja, tetapi kualitas perbaikan desain lama menjadi desain baru juga sangat perlu diperhatikan untuk menarik daya tarik seorang konsumen sehingga produk yang ditawarkan mempunyai peningkatan penjualan dari sebelumnya dan akhirnya bisa mengembangkan UMKM nya. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. (Febriani 2021).

Untuk kegiatan sosialisasi pelatihan dan pendampingan dilaksanakan pada tanggal 18 Mei 2024 yang diikuti oleh para pelaku bisnis UMKM Du' Anak Desa Kasengan Tengah kecamatan Manding Kabupaten Sumenep. Kegiatan Pengabdian ini bertujuan agar mitra mampu memahami penjual dan pemasaran produk melalui perbaikan desain produk dan digital marketing, sehingga menjadi UMKM yang berinovasi dan bisa bersaing dipasar digital yang lebih luas. Penerapan teknologi pada usaha seperti toko online, website dan penerapan social media marketing berpotensi dapat meningkatkan penjualan produk secara berkelanjutan (Bahri, Sari, and Alamsyah 2023).

Setelah pelatihan optimalisasi digital marketing dan perbaikan desain produk maka pada tahap selanjutnya yaitu evaluasi kegiatan Pengabdian. Hal ini memiliki maksud untuk memperbaiki, mengevaluasi pada pencapaian selama program pengabdian. Agar menjadi sebuah program pengabdian yang baik untuk program pengabdian selanjutnya. Setelah kegiatan evaluasi program pengabdian, dilakukan penyusunan laporan akhir sebagai tanda pertanggung jawaban terhadap panitia penyelenggara program pengabdian Mahasiswa Universitas Wiraraja Madura.

Keberhasilan Kegiatan

Kegiatan program pengabdian terhadap pelaku bisnis UMKM Du' Anak Desa Kasengan Tengah kecamatan Manding Kabupaten Sumenep terkait optimalisasi digital marketing dan desain produk dalam meningkatkan penjualan mendapatkan apresiasi yang sangat baik dari pihak pelaku bisnis UMKM Du' Anak tersebut. Melihat kondisi tingginya penggunaan sebuah media sosial dan beberapa perkembangan seperti market place yang sangat signifikan di Indonesia serta menjadi alasan utama mengapa UMKM Du' Anak sangat perlu mengikuti perkembangan pemasaran produk yang sangat trend saat ini.13

a. Hasil yang dicapai

Hasil yang dicapai dalam kegiatan Praktek kerja lapangan (Pengabdian Masyarakat) dengan judul Optimalisasi Digital Marketing Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Du' Anak, dilaksanakan Oleh Mahasiswa Universitas Wiraraja fakultas Ekonomi dan Bisnis yang dituangkan dalam bentuk Laporan hasil kegiatan magang pada setiap tahap pelaksanaan dan pertemuan sebagai berikut :

1. Pertemuan pertama yaitu koordinasi dengan pihak UMKM yang dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 28 April 2024 pukul 11.00 WIB – 12.00 WIB. Dalam pengabdian ini kami observasi sekaligus silaturahmi dan juga terkait kendala atau masalah yang terjadi selama UMKM ini berdiri, terdapat beberapa masalah yang kita temukan yaitu seperti kurangnya pengetahuan terhadap pemanfaatan media social dalam memasarkan produk dan desain produk modern.
2. Membantu pihak UMKM dalam proses pembuatan Kerupuk Poli pada hari Kamis tanggal 9 Mei 2024 pukul 09.00 – 13.30 WIB. Pada kegiatan kedua ini kami mahasiswa magang juga ikut turun tangan dalam membantu proses pembuatan Kerupuk Poli, mulai dari pembuatan adonan kerupuk poli hingga proses perebusan.
3. Membantu pihak UMKM dalam proses lanjutan pembuatan Kerupuk Poli pada hari Jumat tanggal 10 Mei 2024 pukul 09.00 – 13.30 WIB. Pada kegiatan kedua ini kami mahasiswa magang melanjutkan membantu proses pembuatan Kerupuk Poli, mulai dari pemotongan adonan kerupuk poli, penjemuran hingga pengemasan.



Gambar 2 Proses Pembuatan Kerupuk Poli

4. Kegiatan terakhir kami melakukan sosialisasi sekaligus penutupan dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari pihak tim pelaksana kegiatan pengabdian Mahasiswa Universitas wiraraja kepada pihak UMKM Du'Anak, dengan harapan kami dimana pengabdian ini bisa bermanfaat bagi pihak UMKM.

b. Hasil dan Solusi yang dicapai

1) Strategi produk

Perubahan desain produk label dan stiker, perubahan yang sudah terjadi setelah dilakukannya kegiatan pengabdian ini, dimana setelah diberikan penyuluhan dan pelatihan tentang desain produk. Hasilnya saat ini anggota kelompok pkl 13 UMKM Du'Anak Desa Kasengan Tengah Kecamatan Manding sudah berbenah dan melakukan perubahan pada label dan stiker dari yang biasanya menggunakan label model jadul berubah menjadi label modern dengan desain yang unik. Adanya label baru ini diharapkan menarik minat beli konsumen dan menjadikan ciri khas UMKM Du'anak beda dari UMKM yang lain.



Gambar 3. Perubahan Stiker Produk Umkm Du'anak

2) Strategi penjualan

Penambahan strategi penjualan, Strategi penjualan yang diterapkan oleh UMKM ini biasanya hanya menggunakan strategi penjualan secara langsung, namun pada saat melakukan sosialisasi

kelompok kami menyarankan untuk menambah srategi penjualannya secara online dan ditambah dengan adanya promosi online, melalui pembuatan akun shopee dan platform tiktok.

SIMPULAN

Hasil yang di capai melalui kegiatan Praktek kerja lapangan dengan judul “Optimalisasi Digital Marketing Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM yang dilakukan oleh Mahasiswa Univesitas Wiraraja Madura program studi Manajemen Sebagai Berikut:

1. Penyadaran akan pentingnya penggunaan Digital Marketing sebagai alat pemasaran maupun pengenalan produk di era saat ini.
2. Pemasaran Digital memungkinkan Target pasar mengetahui produk yang dipasarkan.
3. Penyadaran akan pentingnya dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk melakukan inovasi terhadap desain produk agar dapat menarik minat beli konsumen.

SARAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, maka saran untuk ke depannya yaitu sebaiknya penggunaan strategi digital marketing oleh Mitra Pengabdian dapat ditindak lanjuti dengan program bimbingan secara berkala sehingga bisa efektif dan optimal dalam menunjang kegiatan pemasaran usaha UMKM serta dapat meningkatkan penjualan usaha UMKM.

Bagi para pelaku pembuat UMKM Du’Anak , branding produk atau logo kemasan sangat penting untuk meningkatkan penjualan agar diminati dan diketahui banyak konsumen semoga inovasi kemasan berupa logo kemasan kerupuk poli ibu nonong ini menjadi contoh dalam mengembangkan kemasan produk dan bisa diterapkan untuk para pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan agar bisa bersaing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Wiraraja Madura dan dosen pembimbing PKL 13 serta Pemilik UMKM Du’Anak atas segala bantuan dan kerjasamanya sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilaksanakan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, Bahri, Niken Permata Sari, and Fikri Alamsyah. 2023. “Pelatihan Desain Kemasan (Packaging) Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Kapanewon Turi.” *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5(1):15–31. doi: 10.35316/assidanah.v5i1.15-31.
- Febriani, Reni. 2021. “Penyuluhan Peran Digital Marketing Dalam.” 3(2):194–202.
- Melati, Inaya Sari, Margunani Margunani, Saringatun Mudrikah, and Lola Kurnia Pitaloka. 2020. “Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan.” *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 4(2):155. doi: 10.20956/pa.v4i2.7685.
- Putri Utami, Indriani, Msy Putri Satya Zulhijah, Dona Dorianti, Diva Amanda Kurniawan, Meilin Veronica, Bahrul Ulum, and RM Rum Hendarmin. 2023. “Optimalisasi Digital Marketing Dan Pengembangan Kemasan Pada Umkm Mak Mirwan Di Desa Talang Nangka Kec. Lembak Kab. Muara Enim.” *Communnity Development Journal* 4(4):9296–9304.
- Resti, Nalsa Cintya, and Nur Fadilatul Ilmiyah. 2023. “Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Desain Label Kemasan Dan Banner Pada Umkm Surya Makmur.” *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 7(2):812. doi: 10.31764/jpmb.v7i2.14637.
- Sopali, Mardhatila Fitri, Chintya Ones Charli, and Rindy Citra Dewi. 2022. “Optimalisasi Desain Promosi Melalui Sosial Media Dan Marketplace Dalam Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Kampung Akrilik.” *Prima: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat* 1(4):33–42. doi: 10.55047/prima.v1i4.259.
- Sukartaatmadja, Sukandi, Yanto Hermawan, and Uluan Silaen. 2023. “Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan Dan Digital Marketing Kelurahan Gudang Kota Bogor.” *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* 4(1). doi: 10.37641/jadkes.v4i1.2423.