

DIGITALISASI PROMOSI UMKM ZALAC FOOD SLEMAN MELALUI OPTIMALISASI WEBSITE

Muhammad Sholeh¹, Muhammad Yusuf^{2*}, I Gusti Gde Badrawada³,
Fajar Yulianto Prabowo⁴, Untoro Hadi⁵

¹Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi Informasi, Universitas AKPRIND Indonesia

²Teknologi Industri, Program Vokasi, Universitas AKPRIND Indonesia

^{3,4}Teknologi Mesin, Program Vokasi, Universitas AKPRIND Indonesia

⁵UMKM Zalac Food

e-mail: muhash@akprind.ac.id¹, yusuf@akprind.ac.id², gusti@akprind.ac.id³

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam mendukung perekonomian lokal. Seiring dengan perkembangan UMKM, para pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saing di era digital. Sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing UMKM, tim Kegiatan Program Inovasi Kreatif untuk Mitra Vokasi (INOVOKASI) Universitas AKPRIND Indonesia memberikan pendampingan pada pelaku UMKM salak di daerah Srumbung. Kegiatan ini bertujuan untuk memanfaatkan teknologi tepat guna (TTG) dalam pengolahan buah salak, serta mengintegrasikan digitalisasi melalui pemanfaatan website dan media sosial guna memperkuat para pelaku UMKN, khususnya posisi pasar UMKM Zalac Food. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan metode sosialisasi dan penerapan teknologi khususnya penggunaan website dan media sosial sebagai sarana promosi dan proses transaksi pembelian dan pemesanan. Pemanfaatan TTG, proses produksi produk olahan salak diharapkan menjadi lebih efisien dan berkualitas, sehingga mampu memenuhi permintaan konsumen yang lebih luas. Selain itu, Optimalisasi penggunaan website dan media sosial sebagai sarana promosi diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan pemasaran, serta menciptakan interaksi yang lebih baik dengan pelanggan. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing kedua UMKM, baik di pasar lokal maupun nasional, serta memberikan dampak ekonomi yang positif bagi pelaku usaha dan masyarakat sekitar.

Kata kunci: UMKM, Salak, Website, Media Sosial

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting the local economy. Along with the development of MSMEs, MSME players face various challenges in increasing competitiveness in the digital era. In an effort to improve the competitiveness of MSMEs, the Creative Innovation Program for Vocational Partners (INOVOKASI) activity team of AKPRIND University Indonesia provided assistance to salak MSME players in the Srumbung area. This activity aims to utilise appropriate technology (TTG) in processing salak fruit, and integrate digitalisation through the use of websites and social media to strengthen MSME players, especially the market position of Zalac Food MSMEs. The method of activity implementation uses socialisation methods and the application of technology, especially the use of websites and social media as a means of promotion and the process of purchasing and ordering transactions. Utilisation of TTG, the production process of processed salak products is expected to be more efficient and of high quality, so as to meet wider consumer demand. In addition, optimising the use of websites and social media as a means of promotion is expected to increase product visibility, expand marketing networks, and create better interactions with customers. The implementation of this strategy is expected to increase the competitiveness of both MSMEs, both in local and national markets, as well as provide a positive economic impact for business actors and the surrounding community.

Keywords: Msmes, Snake Fruit, Website, Social Media

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa UMKM menyumbang 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia serta menyerap 97% dari total tenaga kerja (Kemenkop_UMK, 2023). Meskipun memiliki kontribusi yang signifikan, UMKM menghadapi

berbagai tantangan dalam hal produktivitas, daya saing, dan akses terhadap teknologi. Di era digital yang semakin kompetitif, mengintegrasikan teknologi dan inovasi digital menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM (Cahyana et al., 2022), (Latri et al., 2024). Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah pengolahan buah salak, khususnya di wilayah Sleman, Yogyakarta. Salak pondoh dari Sleman telah dikenal luas baik di pasar nasional maupun internasional, namun demikian, banyak UMKM pengolah buah salak yang belum optimal dalam memanfaatkan Teknologi Tepat Guna (TTG) untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi (Pratiwi et al., 2015), (Hidayatun et al., 2018).

UMKM Zalac Food merupakan UMKM yang bergerak di bidang pengolahan salak, menghasilkan berbagai produk seperti keripik salak, dodol salak, minuman salak, dan produk olahan lainnya. Meski produk-produk tersebut memiliki potensi pasar yang baik, kedua UMKM ini masih menghadapi tantangan dalam hal efisiensi proses produksi, kualitas produk, dan kurang optimalnya promosi melalui media digital. Perkembangan teknologi, khususnya dalam pemasaran digital, membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Penggunaan website dan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan marketplace online, telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk, memperkuat merek, serta menjangkau konsumen secara lebih luas (Dwijayanti et al., 2022), (Ustadus Sholihin & Imam Mukhlis, 2023). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menunjukkan bahwa UMKM yang memanfaatkan pemasaran digital cenderung mengalami peningkatan penjualan dan pangsa pasar yang lebih baik dibandingkan UMKM yang masih bergantung pada cara pemasaran tradisional (Muhsin, 2022).

Pemanfaatan TTG dalam proses produksi juga dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM. TTG mencakup teknologi yang mudah diadopsi, sesuai dengan kebutuhan setempat, serta ramah lingkungan. Penggunaan mesin pengering, alat pengolah otomatis, dan teknologi lainnya dapat membantu UMKM menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan biaya yang lebih rendah (Latri et al., 2024). Teknologi ini memungkinkan UMKM untuk mengatasi kendala produksi manual yang membutuhkan waktu dan tenaga lebih banyak, sehingga mereka dapat bersaing dengan produk dari industri yang lebih besar. (Darna et al., 2022).

Pengembangan website untuk pelaku UMKM dikembangkan oleh Ternando (Ternando & Mulyono, 2022) pada UMKM Jajanan Aulia, Cakra (Cakra Sanjaya et al., 2022) pada pelaku di UMKM di desa Ngrimbi dan Sholeh (Sholeh & Pranoto, 2023) melakukan kegiatan yang terkait pemanfaatan media sosial pada pelaku di kecamatan Sedayu Bantul.

Berdasarkan permasalahan tersebut, Kegiatan ini bertujuan untuk menerapkan Teknologi Tepat Guna dalam pengolahan buah salak di UMKM Zalac Food serta mengoptimalkan pemanfaatan website dan media sosial untuk memperkuat daya saing di pasar. Dengan dukungan TTG, proses produksi dapat ditingkatkan dalam hal kualitas dan efisiensi, sementara strategi pemasaran digital diharapkan dapat memperluas jangkauan konsumen serta meningkatkan kesadaran merek. Kegiatan pendampingan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah UMKM berada.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode sosialisasi dan penerapan teknologi website dan media sosial yang dirancang untuk memperkuat daya saing UMKM Zalac Food. Tahapan sosialisasi diawali dengan pemaparan materi terkait pentingnya pemasaran digital, termasuk pemanfaatan website dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan branding produk (Sifwah et al., 2024), (Zulkarnain, 2023).

Pelaksanaan berikutnya dilakukan dengan melakukan penerapan teknologi dengan mengembangkan website sebagai media informasi (Nurlailah & Nova Wardani, 2023), (Nazhifah, 2022) dan secara langsung melalui pelatihan praktik. Peserta diberikan panduan langkah demi langkah dalam membuat akun bisnis di media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta cara mengelola konten agar lebih menarik dan efektif untuk menarik calon pelanggan.

Keberlanjutan kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan, di mana pelaku UMKM dapat berinteraksi dan mendapatkan bimbingan lebih lanjut dalam penerapan teknologi khususnya proses pemeliharaan website dan pembuatan konten di media sosial. Pendampingan sangat penting untuk

membantu dalam mengatasi kendala teknis dan strategis yang muncul saat mengimplementasikan teknologi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk mitra salak, UMKM Zalac Food, dilakukan melalui metode sosialisasi dan penerapan teknologi website serta media sosial. Tahapan awal sosialisasi dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan tantangan mitra salak terkait pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan dilakukan dengan kunjungan dan diskusi untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra terutama dalam pengembangan website sebagai media promosi. Gambar 1 kunjungan dan diskusi dengan mitra UMKM Zalac Food dan gambar 2, kunjungan dan diskusi dengan mitra UMKM Gemilang.



Gambar 1, Sosialisasi kegiatan di UMKM Zalac Food



Gambar 2, Sosialisasi kegiatan di UMKM Gemilang

Setelah sosialisasi, pendampingan dilakukan untuk memastikan implementasi yang efektif dari teknologi yang telah dipelajari. Ini melibatkan sesi konsultasi untuk membantu mitra salak dengan masalah teknis dan strategis serta pembentukan grup diskusi di platform seperti WhatsApp untuk dukungan berkelanjutan. Evaluasi berkala dilakukan untuk menilai dampak sosialisasi terhadap pengelolaan pemasaran digital mitra salak, dengan memberikan umpan balik dan rekomendasi perbaikan berdasarkan hasil evaluasi. Dengan pendekatan ini, diharapkan mitra salak dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan daya saing produk mereka.

Penerapan Teknologi

Pengembangan website untuk UMKM Zalac Food sebagai media promosi merupakan langkah strategis dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing produk olahan salak. Website ini dirancang untuk menjadi platform digital yang dapat menampilkan berbagai informasi penting terkait produk Zalac Food, seperti katalog produk, harga, proses produksi, dan keunggulan produk dibandingkan dengan kompetitor. Melalui tampilan yang menarik dan navigasi yang user-friendly, website ini akan memudahkan konsumen untuk menemukan informasi secara cepat dan lengkap. Selain itu, fitur-fitur tambahan seperti form pemesanan online, integrasi dengan platform e-commerce, dan opsi pembayaran digital juga dihadirkan untuk meningkatkan kenyamanan dan kemudahan transaksi bagi konsumen.

Di era digital, website berfungsi sebagai "toko online" yang dapat diakses 24/7 oleh pelanggan dari berbagai wilayah, sehingga memungkinkan Zalac Food untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Dengan optimasi SEO (*Search Engine Optimization*), website akan lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui mesin pencari seperti Google, meningkatkan traffic kunjungan dan potensi penjualan. Konten yang interaktif, seperti blog yang membahas manfaat buah salak atau tips kuliner berbasis salak, juga dapat memperkuat engagement dengan pelanggan. Melalui website, Zalac Food tidak hanya mempromosikan produk tetapi juga membangun brand awareness yang lebih kuat dan kredibel di pasar lokal maupun nasional.

Halaman Beranda

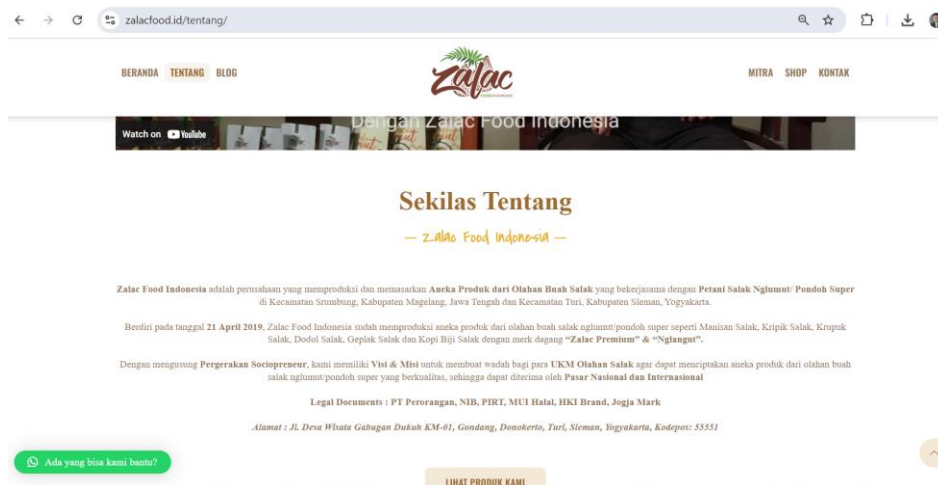
Halaman **Beranda** merupakan tampilan pertama yang dilihat pengunjung saat mengakses website Zalac Food. Dengan desain yang bersih dan menarik, beranda memperkenalkan pengunjung kepada Zalac Food sebagai produsen unggulan olahan buah salak. Bagian ini menampilkan slogan singkat yang mencerminkan kualitas dan keunikan produk salak yang diolah secara alami. Pengunjung juga dapat melihat gambar-gambar berkualitas tinggi dari produk unggulan, seperti salak chips, dodol salak, dan minuman berbasis salak, yang ditampilkan dalam slider otomatis. Beranda ini juga menonjolkan fitur penting seperti tombol "Hubungi Kami" dan "Pesan Sekarang" yang mudah diakses, serta tautan ke media sosial dan promosi terbaru. Gambar 3, halaman depan dari website zalac food



Gambar 3 tampilan depan website UMKM Zalac food.

Tentang Kami

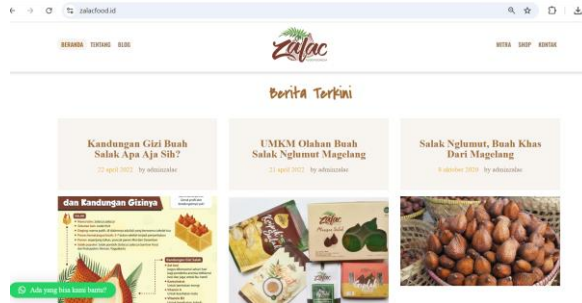
Bagian **Tentang Kami** memperkenalkan sejarah singkat Zalac Food, visi dan misi perusahaan, serta komitmen dalam menjaga kualitas produk olahan salak. Informasi ini penting untuk memberikan kredibilitas dan memperlihatkan bahwa Zalac Food berkomitmen pada produksi yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Pada bagian ini, pengunjung juga dapat mengetahui lebih lanjut tentang proses pembuatan produk salak yang higienis dan bahan-bahan alami yang digunakan.. Tampilan tentang zalac food disajikan pada gambar 4.



Gambar 4, tampilan sekilas tentang Zalac food

Produk Unggulan

Di bagian **Produk Unggulan**, website menampilkan beragam produk olahan buah salak yang diproduksi oleh Zalac Food. Setiap produk memiliki deskripsi singkat mengenai rasa, keunggulan, dan manfaatnya, serta informasi mengenai ukuran kemasan yang tersedia. Produk seperti salak chips, minuman salak, dan dodol salak di-highlight sebagai pilihan populer. Gambar produk ditampilkan secara profesional untuk menarik minat pengunjung, dan ada tombol “Pesan Sekarang” yang terhubung langsung ke sistem pemesanan online. Tampilan produk unggulan ada pada gambar 5.



Gambar 5. Tampilan produk unggulan

Katalog Produk

Halaman **Katalog Produk** dirancang sebagai pusat informasi lengkap tentang semua varian produk Zalac Food. Setiap produk ditampilkan dalam format grid dengan gambar yang jelas, nama produk, harga, dan deskripsi singkat. Pengunjung dapat melakukan filter berdasarkan kategori, seperti camilan, minuman, atau makanan ringan, serta memilih ukuran atau variasi kemasan yang diinginkan. Katalog ini juga dilengkapi dengan fitur pencarian agar pengunjung mudah menemukan produk spesifik yang dicari. Setiap produk yang diklik akan menampilkan informasi lebih mendetail, termasuk bahan-bahan, tanggal kedaluarsa, dan ulasan dari pelanggan sebelumnya. Halaman ini juga menyediakan tombol "Tambah ke Keranjang" untuk memudahkan pengunjung berbelanja secara online. Gambar 6, tampilan katalog produk.



Gambar 6, tampilan katalog produk

Halaman Daftar dan Registrasi

Pada **Halaman Daftar dan Registrasi**, pengunjung dapat membuat akun untuk menikmati berbagai kemudahan berbelanja di website Zalac Food. Proses pendaftaran dirancang sederhana dan cepat, hanya memerlukan informasi dasar seperti nama lengkap, alamat email, dan kata sandi. Setelah mengisi formulir pendaftaran, pengguna akan menerima email verifikasi untuk mengaktifkan akun mereka. Halaman ini juga menawarkan opsi pendaftaran cepat melalui integrasi dengan akun media sosial seperti Google atau Facebook, yang memudahkan pengguna untuk bergabung hanya dengan beberapa klik. Bagi pelanggan yang sudah memiliki akun, terdapat fitur Login yang memungkinkan mereka langsung masuk ke sistem tanpa perlu mendaftar ulang. Selain itu, halaman ini juga menyediakan opsi Lupa Kata Sandi untuk memudahkan pemulihan akun. Dengan mendaftar, pengguna dapat menyimpan riwayat pesanan, melacak status pengiriman, dan mendapatkan

penawaran eksklusif dari Zalac Food. Proses pendaftaran sebagai pelanggan dan proses registrasi disajikan pada gambar 7.

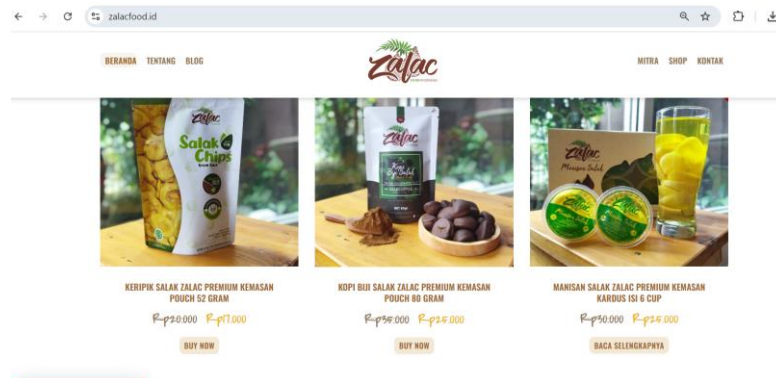


Gambar 7, proses login dan registrasi di website

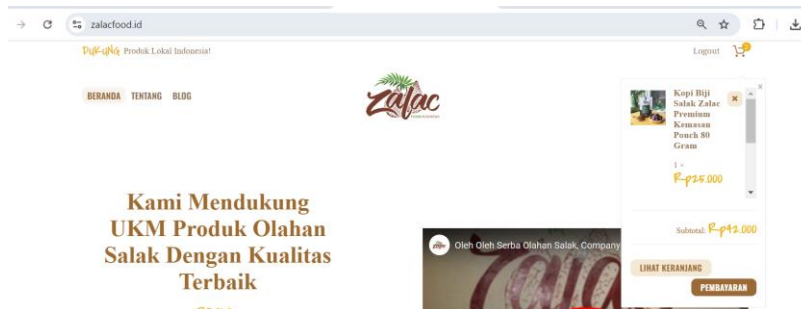
Keranjang Belanja

Keranjang Belanja berfungsi sebagai tempat di mana pelanggan dapat meninjau produk-produk yang sudah dipilih sebelum melanjutkan ke proses pembayaran. Pada halaman ini, pelanggan dapat melihat daftar lengkap produk yang telah ditambahkan ke keranjang, lengkap dengan gambar, nama produk, jumlah, dan total harga. Fitur Ubah Jumlah memungkinkan pelanggan untuk menambah atau mengurangi jumlah produk, sementara tombol Hapus memudahkan untuk mengeluarkan produk dari keranjang jika diperlukan. Selain itu, pelanggan dapat langsung melihat subtotal dan biaya pengiriman yang akan ditambahkan sebelum melakukan pembayaran.

Halaman ini juga menyediakan kalkulasi otomatis terkait potongan harga atau diskon yang sedang berlaku. Setelah puas dengan daftar belanjanya, pelanggan bisa melanjutkan ke halaman Checkout dengan klik tombol Lanjutkan Pembayaran, di mana mereka dapat memilih metode pembayaran yang tersedia, seperti transfer bank, e-wallet, atau pembayaran melalui gerai fisik. Keranjang Belanja Zalac Food dirancang untuk memudahkan proses belanja online yang nyaman, transparan, dan cepat, memberikan pengalaman berbelanja yang efisien dan menyenangkan bagi. Proses pembelian produk dan pemilihan produk disajikan pada gambar 8 dan gambar 9 proses untuk melanjutkan pembayaran.



Gambar 8, proses pemilihan produk



Gambar 9. Proses pembayaran produk yang dibeli

SIMPULAN

Pengembangan website dan Optimalisasi media sosial untuk UMKM Zalac Food adalah langkah strategis dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Melalui desain yang user-friendly, informasi produk yang lengkap, dan fitur belanja yang mudah diakses, website ini mampu menjadi sarana promosi yang efektif. Penggunaan media sosial juga memperkuat visibilitas merek dan membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal, UMKM seperti Zalac Food dapat meningkatkan penjualan, membangun loyalitas pelanggan, dan memperkuat posisi di pasar yang semakin kompetitif. Implementasi teknologi ini diharapkan dapat berkontribusi pada keberlanjutan usaha dan peningkatan kesejahteraan mitra UMKM

SARAN

Keberlanjutan dari Optimalisasi website ini diantaranya adalah konten yang berkualitas. Penggunaan foto dan video produk yang menarik, serta artikel informatif dan edukatif tentang manfaat salak, resep olahan, atau keunggulan produk dapat menarik minat pengunjung. Mengintegrasikan website dengan media sosial seperti Instagram dan Facebook akan memperluas jangkauan promosi, memudahkan konten di website untuk dibagikan secara langsung, dan mendorong lebih banyak interaksi pelanggan. Fitur e-commerce yang memungkinkan pembelian langsung dari website, lengkap dengan metode pembayaran digital, akan sangat meningkatkan kemudahan bagi pelanggan untuk bertransaksi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Akademik Pendidikan Tinggi Vokasi Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi yang telah memberikan dana hibah program inovasi kreatif untuk mitra Vokasi tahun 2024 (INOVOKASI), Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas AKPRIND Indonesia yang telah mendukung kegiatan, mitra UMKM Zalac food dan UMKM Gemilang yang telah memberikan dukungan penuh dalam melaksanakan kegiatan INOVOKASI tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyana, Y., Buana, U., Karawang, P., Ronggowaluyo, J. H. S., & Karawang, T. T. (2022). Perancangan Sistem Informasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Web Di Desa Bojongsari. *Jurnal IKRAITH-INFORMATIKA*, 6(2), 47. <https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu>
- Cakra Sanjaya, Y., Dewi, S., Tyanto Bagaskoro, F., Situmorang, A. M., Decca Bryanto, R., & Christinauli, C. (2022). Sistem Informasi Berbasis Web Sebagai Media Pemasaran Umkm Di Desa Ngrimbi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 62–67.
- Darna, D., Liliana, D. Y., Fatimah, F., Ermis, I., & Metekohy, E. Y. (2022). Pengembangan Website untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM. *Bhakti Persada*, 8(2), 100–107. <https://doi.org/10.31940/bp.v8i2.100-107>
- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 68–75. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2408>
- Hidayatun, Roessali, W., & Ekowati, T. (2018). Analisis Potensi Pengembangan Komoditas Salak Paondoh (Salaca edulis) di Kecamatan Banjarmangu Kabupaten Banjarnegara. *Agrisaintifika Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 2(1), 60–72.
- Kemenkop_UMK. (2023). *Peran Strategis UMKM dalam Perekonomian Nasional*. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Lastri, S., Syamsidar, S., & Evriyenni, E. (2024). Pendampingan Pengembangan Bisnis Umkm: Peluang Dan Tantangan Umkm Anggota Persatuan Srikandi Kreatif Indonesia Daerah Aceh. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 50–58. <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v4i1.3159>
- Muhsin, S. (2022). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam Syamsiah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 72. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Nazhifah. (2022). Pemanfaatan Website Sebagai Media Informasi Desa Melung. *Intelektiva Journal*,

- 3(10), 146–157.
- Nurlailah, E., & Nova Wardani, K. R. (2023). Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Oleh-Oleh Khas Kota Pagaram. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 8(4), 1175–1185. <https://doi.org/10.29100/jipi.v8i4.4006>
- Pratiwi, R., Lestari, F. B., & Widiyanto, D. (2015). Pemanfaatan Limbah Buah Salak Pondoh Sebagai Substrat Nata De Salacca Melalui Aplikasi Bioteknologi di Dusun Tegal Domban, Sleman, Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.22146/jpkm.16937>
- Sholeh, M., & Pranoto, A. (2023). *Jurnal Budimas PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI PARA PELAKU UMKM Jurnal Budimas*. 05(01), 1–9.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>
- Ternando, D., & Mulyono, H. (2022). Sistem Informasi Promosi Berbasis Web Pada UMKM Jajanan Aulia. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 7(3), 487–500. <https://doi.org/10.33998/jurnalmsi.2022.7.3.185>
- Ustadus Sholihin, & Imam Mukhlis. (2023). Penggunaan Media Sosial dan Market Place Untuk Mengembangkan Pemasaran UMKM. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(4), 204–218. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i4.2266>
- Zulkarnain, R. (2023). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Manajemen Dan Retail*, 3(01), 78–85. <https://doi.org/10.47080/jumerita.v3i01.2530>