

PENINGKATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MELALUI E-MARKETING

I Gede Bayu Wijaya¹, Ni Nyoman Suli Asmara Yanti²,
Indah Suprabawati Kusumanegara³, Ni Kadek Ayu Wianjani⁴

^{1,2,3,4}Prodi Ekonomi Hindu, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, Indonesia
bayuwijaya@iahn-gdepudja.ac.id¹, suliasmara1992@gmail.com², indah.kusumanegara@yahoo.co.id³,
ayuwianjani@gmail.com⁵

ABSTRAK

Abstrak: Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan peningkatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui *e-marketing* adalah (1) memberi pemahaman pentingnya *e-marketing*, (2) memperkenalkan berbagai aplikasi yang dapat digunakan pada *e-marketing*, (3) mempraktekkan penjualan menggunakan *e-marketing*. Kegiatan pengabdian ini berlangsung selama lima hari di Dusun Banjar Metu, Desa Mantang, Kabupaten Lombok Tengah. Melalui metode pelatihan *e-marketing* masyarakat mampu melakukan kegiatan pemasaran yang didukung oleh kemajuan teknologi digital dan memberi wawasan pengetahuan terkait dengan perkembangan dunia usaha. Kegiatan ini dihadiri oleh kelompok Usaha dan masyarakat di Desa Mantang sebanyak 15 orang dengan melalui tiga tahapan, dari pra pelaksanaan, pelaksanaan dan evaluasi, dari setiap tahapan kegiatan yang dilakukan. Hasil yang dicapai pengabdian masyarakat melalui pelatihan ini yaitu masyarakat mengetahui perkembangan teknologi yang bermanfaat dalam bidang usaha, memanfaatkan media digital sebagai promosi, dan pentingnya *e-marketing*.

Kata Kunci: Pelatihan; *E-marketing*; Teknologi digital

Abstract: *The purpose of community service activities by providing training to improve micro, small and medium enterprises (MSMEs) through e-marketing is (1) providing an understanding of the importance of e-marketing, (2) introducing various application that can be used in e-marketing, (3) practicing sales using e-marketing. This service activity lasted for five days in Banjar Metu Hamlet, Mantang village, central Lombok Regency. Through the e-marketing training method, the community is able to carry out marketing activities that are supported by advances in digital technology and provide insight into knowledge related to the development of the business word. This activity was attended by 15 business and community groups in Mantang Village by going through three stages, from pre-implementation, implementation and evaluation from each stage of the activities carried out. The result achieved by community service through this training are that people know about technological developments that are useful in the business sector, utilize digital media as promotion, and the importance of marketing.*

Keywords: *Training; E-marketing; Digital Technology*



Article History:

Received: 01-12-2021
Revised : 26-12-2021
Accepted: 04-01-2022
Online : 14-02-2022



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Kontribusi para pelaku UMKM memiliki peran sangat penting dalam pendapatan domestik bruto (PDB) Negara. Kementerian Koperasi dan UMKM merilis data peran pelaku usaha mikro kecil menengah ditahun 2018 telah menyumbang sebesar 61,1% dalam kontribusinya terhadap PDB Indonesia (Muamarah et al., 2021). Ditengah kontribusinya dalam pendapatan Negara, para pelaku usaha mikro kecil menengah kerap kali mengalami permasalahan dalam hal pemasaran (Susanti, 2020), dimana sistem pemasaran yang digunakan masih bersifat konvensional yang mengandalkan tatap muka antara penjual dan pembeli. Pengetahuan tentang perkembangan teknologi dan digital dirasa sangat kurang oleh para pelaku usaha khususnya yang berkaitan dengan pendukung kegiatan pemasaran. Permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro kecil menengah tidak kunjung reda ditambah pada saat ini dimana dihadapkan oleh pandemi covid-19 yang melanda secara global mengakibatkan keterpurukan yang harus dihadapi (Awali, 2020).

Akibat dari pandemi covid-19 salah satunya adalah lumpuhnya sektor perekonomian Negara, hal ini ditandai dengan banyaknya sektor-sektor usaha yang tutup dari sektor retail maupun jasa (Natari, 2021). Masyarakat yang berada di Desa Mantang yang berkecimpung dalam usaha mikro kecil menengah sangat merasakan efek dari pandemi covid-19 ini. Motivasi untuk melanjutkan usaha semakin menurun akibat daya beli masyarakat yang menurun serta pemasaran yang masih menggunakan sistem tradisional, dimana para pelaku usaha masih menunggu pembeli untuk datang berbelanja ketempat usahanya. Rendahnya pengetahuan tentang teknologi sehingga tidak mampu memanfaatkan teknologi tersebut dalam pengembangan usaha Penghasilan semakin menurun sedangkan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari terasa berat dirasakan. Kegiatan pemasaran merupakan tumpuan utama masyarakat di Desa Mantang, pengembangan dari segi pemasaran dirasa sangat penting saat pandemi ini.

Masyarakat dirasa perlu diberikan pelatihan maupun pendampingan kepada masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dalam pemasaran serta pemanfaatan perkembangan teknologi. Sistem pemasaran yang bisa dilakukan saat pandemi ini salah satunya adalah *e-marketing*, pemasaran memiliki sifat yang berubah-ubah dan dinamis menjadi kendala yang harus dihadapi oleh para pelaku usaha (Ayu et al., 2021). Dalam menghadapi permasalahan pemasaran yang termasuk dalam hal promosi maka penting dilakukan pelatihan *e-marketing* atau digital marketing. Digital marketing adalah salah satu sistem pemasaran yang paling diminati saat ini oleh masyarakat (Pradiani, 2018) dalam digital marketing terdapat perpaduan antara penggunaan teknologi yang berkembang saat ini dengan dunia pemasaran. Berbagai macam konten yang dapat dimanfaatkan pada digital

marketing ini seperti facebook, instagram, dan whatsapp (Wijoyo et al., 2020).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ini memiliki tujuan adalah yang pertama memberi pengetahuan kepada masyarakat di Desa Mantang tentang perkembangan teknologi yang dapat digunakan sebagai media pengembangan usaha, yang kedua adalah melalui media digital berbagai kemudahan dapat dilakukan sebagai media promosi pemasaran sehingga masyarakat tidak hanya berfokus pada penjualan konvensional yang selama ini masih mereka gunakan, yang ketiga yakni memberi pemahaman kepada para pelaku UMKM tentang pentingnya *e-marketing* dan media digital dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai sarana komunikasi dan promosi.

Kompetensi yang diharapkan dapat dicapai melalui pelatihan dan pengenalan *e-marketing* ini yakni kemampuan para peserta dalam mempraktikkan media digital melalui media sosial yang mereka miliki dan *marketplace* untuk mempromosikan produk-produk yang mereka pasarkan. Dengan demikian maka masyarakat dapat mengembangkan usahanya sehingga pendapatan dapat kembali normal dan kehidupan bias lebih baik ditengah masa pandemi covid-19 ini.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berdasarkan survey awal yang dilakukan kesimpulan yang diperoleh adalah masih rendahnya pengetahuan masyarakat di Desa Mantang terkait *e-marketing*. Pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan memberi pelatihan Pelatihan Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui *E-Marketing* pada Masyarakat di Desa Mantang Nusa Tenggara Barat yang dilaksanakan pada tanggal 22 September 2021 bertempat di Dusun Banjar Metu Desa Mantang yang berlangsung dari pukul 13.30 sampai dengan 17.30 Wita. Langkah-langkah yang dilakukan pada pelatihan peningkatan usaha melalui *e-marketing* pada pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan sebagai berikut:

1. Pra Kegiatan

Kegiatan pra kegiatan ini dilakukan dengan melakukan survey awal yang dilakukan oleh team pengabdian kepada masyarakat dan disepakati yang akan menjadi peserta pelatihan yaitu anggota kelompok Usaha Satya Rahayu yang berada di Dusun Banjar Metu Desa Mantang dengan jumlah 15 orang yang didasarkan pada tingkat usia, jenis usaha yang dijalankan. Sebelum diberikan pelatihan para peserta terlebih dahulu mengikuti proses wawancara yang dilakukan oleh team pengabdian kepada masyarakat sehingga diperoleh informasi-informasi yang selama ini menjadi permasalahan yang dihadapi oleh para peserta dalam menjalankan usahanya. Melalui informasi yang terkumpul maka team menyusun materi-materi yang akan disampaikan pada saat pelatihan agar mudah dipahami

dan praktikan oleh seluruh peserta melalui media sosial dan platform digital, dan yang terakhir yakni membuat surat undangan yang ditujukan kepada peserta dan pihak-pihak lain yang mendukung kegiatan pelatihan.

2. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Pelatihan peningkatan usaha mikro kecil menengah melalui *e-marketing* pada masyarakat desa Mantang dilaksanakan selama 240 menit/4 jam di kelompok Usaha Satya Rahayu yang berada diDusun Banjar Metu Desa Mantang dan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang ditunjukkan sebagai berikut:

a. Penyajian Materi

Materi yang diberikan kepada peserta oleh instruktur kegiatan pengabdian, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Materi dan Instruktur Kegiatan Pengabdian

No.	Materi	Instruktur	Waktu
1.	Pembukaan dan Sambutan	Ni Nyoman Satya Widari,S.P.,M.Si	30 Menit
2.	Perkenalan <i>E-Marketing</i>	Indah Suprabawati Kusumanegara,M.M	60 Menit
3.	Perkenalan aplikasi dalam <i>e-marketing</i> dan <i>Flatfoarm</i>	Indah Suprabawati Kusumanegara,M.M	30 Menit
4.	Pemanfaatan <i>E-Marketing</i> dan Digital dalam Kegiatan usaha	I Gede Bayu Wijaya, M.M	60 Menit
5.	Sesi Tanya Jawab dan praktik dalam menggunakan media digital	I Gede Bayu Wijaya,MM	60 Menit

Instruktur dalam kegiatan pelatihan ini adalah team pengabdian kepada masyarakat yang merupakan dosen Ekonomi Program Studi Ekonomi Hindu Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram dan dibantu oleh 5 orang mahasiswa yang menjadi team teknisi agar kegiatan pelatihan dalam berjalan dengan lancar. Pelatihan diberikan kepada 15 orang peserta sesuai dengan hasil wawancara awal yang dilakukan oleh team pengabdian, selama penyajian materi berlangsung peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi, dan tanya jawab.

b. Praktik dan Pendampingan oleh Tim Pengabdian

Pada sesi praktik ini, seluruh peserta diberikan kesempatan secara langsung untuk mempraktikkan seluruh materi yang disampaikan sebelumnya. Melalui media sosial dan media promosi lainnya, para peserta dapat berjualan langsung melalui *marketplace* dengan menawarkan produk-produk yang dijual dalam keseharian dan usaha yang dijalankan. Para instruktur melakukan pendampingan kepada peserta dengan menjelaskan berbagai fitur-fitur yang ada pada setiap

aplikasi dan cara menggunakan secara sederhana yang dapat dipahami dengan mudah oleh para peserta pelatihan.

c. Tahap Evaluasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Seluruh team pengabdian kepada masyarakat dengan cermat melakukan evaluasi terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang telah dijalankan. Pada tahapan evaluasi ini dilakukan dengan memberikan *scoring* pada setiap kegiatan, serta penilaian-penilaian diberikan kepada peserta yang mengikuti pelatihan peningkatan usaha melalui *e-marketing* dengan tujuan penyempurnaan pelatihan yang telah diberikan sehingga peserta dapat mengoperasikan sendiri berbagai media sosial dan digital setelah kegiatan pengabdian berakhir. Usia peserta mempengaruhi daya tanggap materi dan praktik yang diberikan, semakin tua usia peserta daya tanggap cenderung lebih lama dari pada peserta yang lebih muda, peserta dengan usia yang lebih muda dengan cepat memahami seluruh materi yang disampaikan dan dengan cepat dapat melakukan praktik yang diberikan oleh instruktur dan team pengabdian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelatihan peningkatan usaha mikro kecil dan menengah melalui *e-marketing* pada masyarakat desa Mantang melalui pengabdian kepada masyarakat ini dihadiri sebanyak 15 orang peserta, yang merupakan anggota kelompok usaha Satya Rahayu yang berada di Dusun Banjar Metu Desa Mantang. Peserta berusia paling rendah 29 tahun dan paling tinggi berusia 50 tahun dengan berbagai usaha seperti menjual minuman tradisional, sembako, perlengkapan persembahyangan, perabotan rumah tangga, toko baju, kain dan kebaya. Selama ini para peserta memasarkan produk/barang dagangannya dengan cara tradisional, menunggu pembeli datang kelokasi mereka berjualan, dan promosi yang kurang dan bahkan tidak ada kegiatan promosi.

1. Langkah-Langkah Yang Dilakukan Dalam Kegiatan Pengabdian

a. Pra Kegiatan

Team kegiatan pengabdian telah melakukan survey awal untuk mengumpulkan berbagai informasi yang dibutuhkan serta melakukan wawancara awal kepada calon peserta pelatihan dengan tujuan agar dapat mendesai pelatihan yang dibutuhkan sesuai dengan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Melalui survey awal dan hasil wawancara dengan calon peserta pelatihan diperoleh informasi yang masalah yang utama dihadapi oleh masyarakat berkaitan dengan digital marketing. Dari pengembangan permasalahan tersebut maka wawancara mengenai marketing digital dikembangkan sebagai bahan pelatihan yang nantinya diberikan.

Adapun dari wawancara tersebut dihasilkan, seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Media Digital Yang Dimiliki Oleh Masyarakat

No.	Nama	Usia (Tahun)	Usaha	Media Digital yang dimiliki
1.	Ayu Sulastri	35	Minuman tradisional	WhatsApp, Facebook
2.	Gst.Ayu Candra Dewi	48	Sembako	WhatsApp
3.	Gst.Ayu Rai	30	Perlengkapan persembahyangan	WhatsApp
4.	Jero Bakti	50	Sembako	-
5.	Jero Parwati	40	Sembako	WhatsApp
6.	Jero Sri Utami	45	Perlengkapan rumah tangga	WhatsApp
7.	Jero Suryantini	37	Alat persembahyangan	WhatsApp
8.	Kadek Reti	31	Tanaman hias	WhatsApp, Facebook
9.	Ketut Suciani	29	Sembako	WhatsApp, Facebook
10.	Komang Reni	40	Toko baju	WhatsApp, Facebook
11.	Made Darmi	43	Perlengkapan persembahyangan	WhatsApp
12.	Madyastisari	46	Kios sembako	-
13.	Nengah Sadia	45	Bengkel las	WhatsApp
14.	Nengah Suparthy	35	Perabotan rumah tangga	WhatsApp
15.	Nyoman Latri	37	Toko kain dan kebaya	WhatsApp, Facebook

Sumber: Data hasil wawancara September 2021

Dari 15 calon peserta yang diwawancarai 2 orang tidak menggunakan media digital atau aplikasi media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana promosi atau *e-marketing*, 13 orang memiliki media sosial namun penggunaannya hanya sebatas sebagai media komunikasi dan media hiburan dalam jejaring sosial. Masyarakat belum familiar menggunakan aplikasi-aplikasi tersebut dalam media promosi usaha dan belum mengenal berbagai *platform* yang dapat dimanfaatkan seperti Shopee atau Tokopedia, dari wawancara menunjukkan para peserta nampak enggan menggunakan media-media tersebut dikarenakan pengetahuan yang kurang dan pemahaman tentang pentingnya aplikasi-aplikasi tersebut dalam dunia usaha sehingga mereka enggan untuk menggunakannya.

Beberapa peserta yang memiliki usia tergolong muda dari usia 29-35 tahun menggunakan media *WhatsApp* sebagai sarana berkomunikasi untuk bertukar informasi dan bahkan memiliki aplikasi untuk

pembayaran yang sifatnya non tunai sebagai sarana transaksi elektronik. Saat ini pembayaran non tunai dapat dilakukan melalui aplikasi yang dapat *didownload* melalui HP *Android* seperti pembayaran listrik, air, internet *banking* dan *mobile banking* (Abidin Achmad et al., 2020)

b. Penyampaian Materi

Kegiatan pelatihan peningkatan usaha mikro kecil dan menengah melalui *e-marketing* disampaikan dengan metode penjelasan, diskusi tanya-jawab, praktik yang didampingi oleh para instruktur yang merupakan dosen Ekonomi dari Prodi Ekonomi Hindu Institut Agama Hindu Negeri Gde Pujja Mataram. Media yang digunakan yakni power point yang ditampilkan pada layar LCD. *Slide power point* didesain dengan sederhana dan animasi-animasi yang menarik sehingga peserta tetap fokus namun tidak membosankan. Selain menampilkan pada layar LCD para peserta juga diberikan modul dan alat tulis yang dapat digunakan untuk mencatat hal-hal yang dirasa penting serta pertanyaan-pertanyaan yang dapat diajukan kepada instruktur.

Pada sesi praktikum para peserta dipandu dari awal mendownload aplikasi-aplikasi seperti *whatsApp*, *Facebook* dan *flatfoarm* yang dibutuhkan. Setelah berhasil mendownload diberikan pengetahuan terkait cara penggunaan dari aplikasi dan *flatfoarm* tersebut dan cara-cara promosi yang menarik, informasi kapan waktu yang tepat untuk melakukan promosi dan sasaran dari promosi tersebut.

c. Praktek dan Pendampingan

Pada sesi praktik dan pendampingan ini para peserta aktif bertanya, banyak pertanyaan dilontarkan dari cara mendownload hingga bahasa yang baik dan menarik yang digunakan pada promosi. Peserta dituntun dalam mendownload dan membuat akun sebagai syarat dalam mengaktifkan media sosial, tampak para peserta merasa bingung dengan proses penggunaan media-media tersebut, namun dengan perlahan-lahan para instruktur mencoba menjelaskan dan mendampingi peserta hingga berhasil. Berikut dokumentasi terkait dengan penyampaian materi hingga pendampingan pelatihan, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Penyampaian Materi Dan Praktik

2. Monitoring dan Evaluasi

Tahapan monitoring dan evaluasi yang dilakukan oleh team pengabdian dilakukan sebagai gambaran dari keberhasilan pelatihan yang telah diberikan. Evaluasi dilakukan dengan membarikan penilaian kepada peserta serta refleksi dari seluruh praktik yang dilakukan dengan tujuan untuk penyempurnaan media digital yang telah dibuat sehingga dapat bermanfaat secara berkelanjutan. Peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan ini merupakan masyarakat desa Mantang yang tergabung dalam kelompok usaha yang bernama Satya Rahayu yang berada di Dusun Banjar Metu Desa Mantang.

Dari 15 peserta yang mengikuti pelatihan 13 orang atau 86 persen (%) telah berhasil menyelesaikan kegiatan dengan hasil yang sesuai harapan, dimana 13 atau 86 persen (%) ini telah berhasil mempromosikan barang usaha yang dijual diakun media sosial seperti *facebook*, dengan gaya promosi yang didesain menarik dari gambar barang dan bahasa yang digunakan. Faktor usia mempengaruhi dalam penerimaan materi dan praktik yang diberikan peserta yang berusia 45 hingga 50 tahun terlihat kesulitan dalam mengikuti pelatihan 2 orang belum berhasil menyelesaikan pelatihan terkendala usia tersebut, namun para instruktur tetap melakukan bimbingan meskipun waktu pelatihan telah berakhir dan diharapkan anak maupun saudara dari peserta tersebut dapat membantu kedepannya.

Untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian ini, team menyebar angket kepada peserta dan pihak-pihak yang membantu selama kegiatan pengabdian, ini bertujuan untuk mengetahui penilaian masyarakat dan tingkat manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dirasakan oleh masyarakat khususnya para peserta yang mengikuti pelatihan-pelatihan yang diberikan selama proses kegiatan pengabdian masyarakat. Selain itu juga merupakan bahan masukan kepada lembaga Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram sebagai penyelenggara kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk dapat membenahi hal-hal yang dirasa kurang demi penyempurnaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat periode selanjutnya.

3. Kendala yang Dihadapi

Selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berbagai kendala dirasakan oleh team, kendala yang paling terasa adalah mindset masyarakat susah untuk dirubah terkait dengan *e-marketing*, mereka merasa hal ini tidaklah begitu penting, karena selama ini mereka merasa nyaman dengan sistem pemasaran tradisional yang digunakan. Kendala berikutnya adalah pemahaman atau pengetahuan tentang teknologi yang kurang dari masyarakat, banyak masyarakat telah memiliki handphone android namun tidak menguasai tentang teknologi atau kecanggihan dari *handphone* tersebut dan enggan untuk mencoba sesuatu hal yang baru diluar kebiasaan. Kendala yang terakhir yakni kurangnya motivasi yang dimiliki oleh masyarakat khususnya peserta pelatihan untuk lebih maju, rasa sabar yang kurang dan menginginkan hasil yang instan dari pelatihan yang diberikan.

Kendala-kendala tersebut berusaha diselesaikan oleh team pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan pemahaman-pemahaman, mafaat dan keuntungan yang dapat diperoleh dari *e-marketing* dan manfaat mengetahui perkembangan teknologi informasi dalam pengembangan usaha. Melalui media pelatihan yang menarik, pendampingan dan praktik langsung diharapkan dapat membangkitkan semangat para peserta dalam memajukan usahanya yang didukung dengan pengetahuan *e-marketing* dan media digital. Hasil dan Pembahasan harus memuat beberapa hal berikut secara terurut.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada masyarakat diikuti oleh masyarakat yang tergabung dalam kelompok usaha Satya Rahayu yang berada di Dusun Banjar Metu sebanyak 15 orang telah mengetahui perkembangan teknologi dan media digital yang dapat digunakan dalam pengembangan dunia usaha. Selain itu masyarakat mampu mempraktekan secara langsung promosi pemasaran melalui *e-marketing* dan memanfaatkan media sosial yang mereka miliki saat ini.

Saran yang dapat diberikan dari kegiatan pengabdian ini yakni para pelaku usaha mikro kecil dan menengah wajib memiliki media digital yang fungsinya sangat penting bagi pengembangan usaha. Selain itu juga perlu memiliki akun-akun flatpoarm yang nantinya dapat dijadikan media pemasaran dan beralih dari pemasaran tradisional ke *e-marketing*. Secara terus menerus mengikuti perkembangan teknologi informasi yang khususnya dalam hal pengembangan usaha, dengan teknologi informasi dapat menghubungkan seseorang agar lebih dekat dengan relasi yang menguntungkan dalam hal pengembangan usaha. Saran terakhir yang dapat diberikan yakni kepada Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UMKM agar intens dapat memberikan pelatihan kepada masyarakat

yang berkaitan dengan pengembangan usaha, selain itu bantuan dalam hal permodalan yang dirasa sangat dibutuhkan oleh para pelaku usaha saat ini terlebih dimasa pandemi ini banyak pengusaha yang gulung tikar dan tidak mampu bangkit dari keterpurukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Team pengabdian kepada masyarakat Prodi Ekonomi Hindu mengucapkan terimakasih kepada Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram telah mendanai dan mendukung segala kegiatan yang dilakukan sehingga manfaat dapat dirasakan oleh seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan ini. Terimakasih kami ucapkan kepada para peserta pelatihan yang dengan semangat yang tinggi untuk mengikuti kegiatan pengabdian ini melalui pelatihan peningkatan usaha mikro kecil dan menengah melalui *e-marketing* semoga pengetahuan yang diperoleh dapat dirasakan dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Kami ucapkan terimakasih juga kepada Pemerintah Nusa Tenggara Barat melalui Pemerintah Daerah Lombok Tengah yang memfasilitasi kami untuk dapat melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhillah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhillah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Arista, D., & Triastuti, S. R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*, 13(1), 36604. <http://journal.widyamanggala.ac.id/index.php/jurnalaset/article/view/71/45>
- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/balanca.v2i1.1342>
- Ayu, I., Suwiprabayanti, G., Jayaningsih, A. A. R., & Suhardiyani, P. E. (2021). *Peningkatan Kemampuan Promosi Online*. 5(5), 7–9.
- Baladraf, M.I.F., Sembodo, G., Hasanah, L.U & Pramono. A. (2018). Pelatihan Sukses Berbisnis Online Memajukan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemasaran Online Putat Jaya Surabaya. *Jurnal Abdikarya : Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa, Februari*, 1(1), 1-6
- Muamarah, H. S., Safitra, D. A., Nugroho, R., & Liyana, N. F. (2021). *Pelatihan dan pendampingan untuk peningkatan kompetensi pembukuan dan perpajakan umkm*. 5(5), 2–9.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Pembinaan Pengelolaan Manajemen Usaha Dan E- Marketing Pada Pelaku Usaha

- Industri Mikro Pengrajin Sepatu Di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 23(2), 292–299
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Rahadi, D.R. and Susilowaty, E., 2018. Kreatifitas Kewirausahaan Sosial dan Menggali Ide Usaha Baru Melalui Pengolahan Kripik Tempe Lupin. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 1(1).
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rizki Isnanda, E. (2018). Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Mendukung Pemasaran Produk UMKM (Studi Kasus Kabupaten Subang, Jawa Barat). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1–4.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>
- Sukarsih, I., Kurniati, E., Gunawan, G., & Respitawulan. (2016). Perluasan Jangkauan Pasar Pelaku Ukm Sepatu Cibaduyut Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Internet Marketing. *Ethos (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat)*, 4(1), 1–6.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Faisal Akbar, M. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169–175.
- Yuliani, Umrie, R. hs, & Bakar, S. W. (2020). Peningkatan Literasi Keuangan melalui Inovasi Si Apik bagi UMK Desa Tanjung Raya Kabupaten Lahat. *J-Abdipamas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(1), 117– 126.