

Pengembangan Kompetensi Sumberdaya Manusia Melalui Pelatihan *Digital Marketing* di Desa Sumber Rejo

Melfrianti Romauli Purba¹, Yeni Rafita Sihombing², Tuty Nainggolan³, Jaka Permana⁴, Lenta Friska Purba⁵

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia, Indonesia

Corresponding Author. Email : melfriantiromaulipurba@unprimdn.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 09-01-2024
Revised : 31-01-2025
Accepted : 08-02-2025
Online : 11-02-2025

Keywords:

Digital Marketing;
Sumber Rejo;
Kompetensi; Pelatihan



ABSTRACT

Abstract: *The current era of digitalization presents significant opportunities for MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) to expand their market reach through digital platforms. Digital marketing has become one of the strategic solutions to enhance the competitiveness of local products, introduce them to broader markets, and increase community income. The objective of this community service program is to provide an understanding of the basic concepts of digital marketing, including digital marketing strategies, benefits, and their application across various types of businesses. The implementation methods for this activity include lectures, question-and-answer sessions, practical exercises, and discussions. The expected outcome of this program is that the training will have a tangible impact on improving the competencies of human resources in Sumber Rejo Village, particularly in utilizing digital marketing to support local business development and foster the community's economic growth.*

Abstrak: Era digitalisasi saat ini membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui platform digital. *Digital marketing* menjadi salah satu solusi strategis untuk meningkatkan daya saing produk lokal, memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman mengenai konsep dasar *digital marketing*, termasuk strategi pemasaran digital, manfaat, dan penerapannya dalam berbagai jenis usaha. Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini adalah ceramah, tanya jawab, praktik dan diskusi. Hasil dari kegiatan pelatihan meningkatnya kompetensi sumber daya manusia di Desa Sumber Rejo, khususnya dalam memanfaatkan digital marketing untuk mendukung pengembangan usaha lokal dan pertumbuhan ekonomi masyarakat.



<https://doi.org/10.31764/justek.vXiY.ZZZ>



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat di era digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2021). Salah satu perubahan signifikan adalah meningkatnya penggunaan *platform digital* sebagai sarana utama dalam aktivitas pemasaran (Kotler & Keller, 2016).

Digital marketing menurut Urban (2004) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi

marketing tradisional. Strategi digital marketing atau pemasaran online saat ini sangat penting dilakukan dan dapat diyakini lebih efektif serta efisien untuk menjangkau target pasar yang diinginkan.

Digital marketing telah menjadi solusi efektif bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produk dan jasa, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing di tengah persaingan global yang semakin ketat (Setiadi, 2020). Namun, adopsi teknologi digital dalam pemasaran masih menjadi tantangan bagi sebagian besar pelaku usaha, terutama di daerah yang memiliki keterbatasan akses informasi dan keterampilan teknologi (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2022). Banyak pelaku usaha yang belum memahami strategi pemasaran digital secara optimal, seperti pemanfaatan media sosial, marketplace, search engine optimization (SEO), serta pembuatan konten kreatif yang menarik. Kondisi ini seringkali menyebabkan mereka sulit bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang telah lebih dahulu beradaptasi dengan teknologi digital (Pratama, 2020).

Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) salah satu faktor utama yang harus dimiliki usaha UMKM. Mengelola SDM merupakan keterampilan yang harus dimiliki oleh pelaku usaha. Selain itu, dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital, UMKM perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tidak tertinggal (Eka et al, 2022). SDM dalam sektor bisnis dituntut untuk mampu menguasai perkembangan teknologi yang begitu cepat selain itu SDM menjadi penentu sekaligus pihak pengambil keputusan terkait keberlangsungan dan kesuksesan usaha (Diah & Saputri, 2021).

Peningkatan kompetensi sumber daya manusia dalam bidang digital marketing menjadi kebutuhan mendesak untuk menjawab tantangan ini (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2021). Melalui pelatihan digital marketing, pelaku usaha dapat memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi secara efektif dalam menunjang aktivitas bisnis mereka. Selain itu, pelatihan ini dapat menjadi katalis dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal, khususnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Desa Sumber Rejo, yang terletak di Kabupaten Batubara, merupakan salah satu daerah dengan potensi ekonomi yang cukup besar (Badan Pusat Statistik Kabupaten Batubara, 2021). Wilayah ini memiliki berbagai produk lokal yang dihasilkan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), seperti hasil pertanian, kerajinan tangan, dan olahan makanan (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Batubara, 2022). Namun, pengembangan UMKM di desa ini masih menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk (Pratama, 2020).

Era digitalisasi saat ini membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui platform digital (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2022). Digital marketing menjadi salah satu solusi strategis untuk meningkatkan daya saing produk lokal, memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas, dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Kotler & Keller, 2016). Namun, menurut Setiadi (2020) tantangan utama yang dihadapi oleh masyarakat Desa Sumber Rejo adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola pemasaran digital, seperti

pembuatan konten kreatif, penggunaan media sosial secara efektif, dan optimalisasi marketplace.

Melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), diinisiasi pelatihan digital marketing yang bertujuan untuk mengembangkan kompetensi sumber daya manusia di Desa Sumber Rejo. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dasar hingga teknis tentang pemasaran digital, sehingga peserta dapat memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk mereka secara lebih efektif (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2021). Program ini juga bertujuan untuk mendukung program pemerintah dalam mendorong transformasi digital, khususnya bagi pelaku UMKM di pedesaan (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2022).

Pelaksanaan pelatihan digital marketing ini tidak hanya diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM di Desa Sumber Rejo, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi di era globalisasi (Pratama, 2020). Selain itu, program ini menjadi wujud nyata kontribusi institusi pendidikan tinggi dalam pemberdayaan masyarakat, sesuai dengan prinsip tri dharma perguruan tinggi.

Penelitian Pradiani (2018) pun sudah membuktikan bahwa pemasaran secara online memang dapat meningkatkan hasil penjualan produk karena sekarang ini, masyarakat cenderung lebih suka mencari referensi secara online bahkan membeli produk secara online. Pemasaran secara online juga dapat meningkatkan jangkauan pemasaran yang tidak dapat atau susah dijangkau oleh pemasaran offline (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan masyarakat Desa Sumber Rejo mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki, memperluas pasar produk lokal, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka melalui pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan. Namun pemasaran digital bukan tentang memahami teknologi yang mendasarinya, melainkan tentang memahami orang, bagaimana mereka menggunakan teknologi itu, dan bagaimana memanfaatkan teknologi untuk terlibat dengan mereka secara lebih efektif, dan harus lebih didorong oleh kualitas komunikasi daripada kuantitasnya (Taiminen & Karjaluoto, 2014).

Beberapa upaya telah dilakukan untuk meningkatkan keterampilan pemasaran dalam digital marketing. Pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pemasar telah memiliki efek positif. Melalui pelatihan digital marketing (penyampaian materi, diskusi dan praktik) maka pemasar lebih memahami pentingnya penggunaan media internet untuk meningkatkan daya saing usahanya (Baladraf dkk, 2018).

Menyadari pentingnya peningkatan kompetensi dalam beradaptasi dengan digital marketing yang ada seperti pemanfaatan e-commers dan sosial media yang ada. Di era digital marketing ini pastinya memberikan edukasi tentang sosial media. Bahkan secara tegas para pelaku usaha meminta adanya tips dan trick ringan untuk pemanfaatan aplikasi sosial media (Sari dkk, 2022).

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada bulan November 2024, bertempat di Desa Sumber Rejo Kabupaten Batubara. Peserta

sasaran adalah Masyarakat yang berdomisili di Desa Sumber Rejo Kabupaten Batubara. Metode kegiatan yang digunakan dalam pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Pelatihan *Digital Marketing* dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan berfokus pada pemberdayaan masyarakat sasaran. Metode pelaksanaan ini dirancang untuk memastikan peserta dapat memahami, menguasai, dan menerapkan keterampilan digital marketing secara praktis.

Desa Sumber Rejo, yang terletak di Kabupaten Batubara, merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi yang menjanjikan, terutama di sektor agraris dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Masyarakat desa ini memiliki karakteristik yang beragam, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun budaya, yang memberikan peluang sekaligus tantangan dalam upaya pemberdayaan dan pengembangan kompetensi. Mayoritas penduduk Desa Sumber Rejo berprofesi sebagai petani, pedagang kecil, dan pelaku UMKM. Sebagian besar penduduk berada pada usia produktif, sehingga memiliki potensi besar untuk diberdayakan dalam berbagai kegiatan ekonomi dan pelatihan keterampilan. Tingkat pendidikan masyarakat bervariasi, dengan sebagian besar lulusan sekolah menengah, namun ada juga kelompok masyarakat yang memiliki keterbatasan akses pendidikan formal. Pendapatan masyarakat sebagian besar berasal dari sektor pertanian, perdagangan kecil, dan usaha rumahan. Banyak pelaku UMKM yang memproduksi barang lokal, seperti makanan olahan, kerajinan tangan, dan produk hasil pertanian, namun masih terbatas dalam pemasaran. Masyarakat Desa Sumber Rejo memiliki budaya gotong royong yang masih kental, sehingga memiliki potensi untuk mendukung kegiatan pemberdayaan secara kolektif. Nilai-nilai lokal yang dipegang teguh menjadi kekuatan sosial, namun juga menantang dalam hal adopsi perubahan yang berbasis teknologi.

Metode pelaksanaan ini dirancang untuk memastikan peserta dapat memahami, menguasai, dan menerapkan keterampilan digital marketing secara praktis. Berikut adalah Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan:

A. Persiapan Kegiatan

1. Identifikasi Kebutuhan
 - a) Melakukan survei awal untuk memahami kebutuhan, potensi, dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Sumber Rejo terkait pemasaran digital.
 - b) Menentukan fokus materi pelatihan berdasarkan hasil survei dan diskusi dengan masyarakat sasaran.

2. Penyusunan Program Pelatihan
 - a) Menyusun silabus pelatihan yang mencakup teori dasar dan praktik digital marketing, seperti pengelolaan media sosial, marketplace, dan pembuatan konten.
 - b) Menyiapkan modul pelatihan, bahan ajar, dan alat bantu, termasuk akses ke perangkat teknologi yang diperlukan.

3. Koordinasi dengan *Stakeholder*
 - a) Berkoordinasi dengan pemerintah desa, pelaku UMKM, dan pihak terkait untuk mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan.

- b) Mengundang peserta dari kalangan pelaku usaha lokal, pemuda, dan masyarakat yang berminat mengembangkan keterampilan pemasaran digital.

B. Pelaksanaan Kegiatan

1. Sesi Pembukaan dan Pengenalan
 - a) Memberikan pengantar tentang tujuan pelatihan, pentingnya digital marketing, dan manfaat yang dapat diperoleh peserta.
 - b) Mengenalkan metode dan struktur pelatihan kepada peserta.
2. Sesi Materi Teori
 - a) Menyampaikan materi dasar tentang konsep digital marketing, strategi pemasaran, dan pentingnya branding dalam usaha.
 - b) Memberikan wawasan tentang platform digital yang relevan untuk pemasaran produk, seperti media sosial (*Facebook, Instagram, TikTok*), *marketplace (Shopee, Tokopedia)*, dan *website*.
3. Sesi Praktik
 - a) Membimbing peserta dalam pembuatan akun dan pengelolaan media sosial untuk usaha mereka.
 - b) Melatih peserta membuat konten kreatif, termasuk foto produk, video promosi, dan caption yang menarik.
 - c) Memberikan praktik optimalisasi marketplace, seperti membuat deskripsi produk yang efektif, menentukan harga, dan strategi pengiriman.
4. Diskusi dan Tanya Jawab
 - a) Memberikan ruang bagi peserta untuk berdiskusi tentang tantangan yang dihadapi dalam menerapkan digital marketing.
 - b) Membahas solusi praktis untuk mengatasi kendala yang muncul selama proses implementasi.

C. Evaluasi

1. Evaluasi Peserta
 - a) Melakukan evaluasi kompetensi peserta melalui tes praktis, seperti simulasi pemasaran digital atau presentasi strategi pemasaran yang dirancang oleh peserta.
 - b) Memberikan umpan balik konstruktif untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia melalui Pelatihan *Digital Marketing* berlangsung dalam beberapa tahapan yang melibatkan persiapan, pelaksanaan inti, dan tindak lanjut. Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, 16 November 2024, selama 1 hari di Desa Sumber Rejo, Kabupaten Batubara. Peserta yang mengikuti pelatihan terdiri dari Pelaku UMKM lokal yang memproduksi berbagai produk seperti makanan olahan, kerajinan tangan, dan hasil pertanian, Pemuda desa yang berminat untuk

meningkatkan keterampilan digital, Masyarakat umum yang ingin memahami dan memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi. Total peserta yang hadir sebanyak 26 orang, dengan rentang usia 30-40 tahun.

1. Persiapan Kegiatan



Gambar 1. Sambutan dari Kepala Desa

Kegiatan dimulai dengan sambutan dari kepala desa dan tim pelaksana sebagai bentuk pengantar dan apresiasi kepada peserta. Penyampaian tujuan pelatihan, agenda kegiatan, dan manfaat yang didapatkan dari pelatihan ini.

2. Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 2. Penyampaian Materi *Digital Marketing*

Penyampaian Materi pada Sesi 1: Pengenalan *Digital Marketing*. Materi ini mencakup pengertian, manfaat, dan pentingnya *digital marketing* di era digital, dengan fokus pada peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM.



Gambar 3. Penyampaian Materi tentang Media Sosial dan *Marketplace*

Sesi 2: Pemanfaatan Media Sosial dan *Marketplace*. Peserta diajarkan cara membuat akun bisnis di media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *TikTok*, serta strategi pemasaran di *marketplace* seperti *Shopee* dan *Tokopedia*.



Gambar 4. Pembuatan Konten

Sesi 3: Teknik Pembuatan Konten Kreatif. Pelatihan meliputi teknik dasar fotografi produk, pembuatan video promosi singkat, dan penulisan caption menarik untuk meningkatkan daya tarik produk.

3. Evaluasi



Gambar 5. Diskusi dengan Peserta mengenai Strategi *Branding*

Sesi 4: Strategi *Branding*. Materi ini meliputi cara membangun identitas brand untuk meningkatkan visibilitas produk di mesin pencari. Peserta secara langsung mempraktikkan pengelolaan akun media sosial, pembuatan konten, serta simulasi penjualan produk melalui *marketplace*. Bimbingan teknis diberikan oleh tim pelatih untuk memastikan peserta dapat mengaplikasikan materi yang telah diajarkan. Peserta diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi mengenai tantangan yang mereka hadapi dalam pemasaran digital. Tim pelatih memberikan solusi praktis serta tips yang relevan dengan kondisi peserta.

Kegiatan pelatihan didokumentasikan melalui foto dan video untuk mendukung laporan dan evaluasi kegiatan. Dokumentasi juga digunakan untuk memantau antusiasme dan partisipasi aktif peserta selama pelatihan.



Gambar 6. Dokumentasi dengan Peserta

Pelatihan ini berhasil memberikan dampak positif kepada peserta, antara lain: Meningkatkan pemahaman peserta tentang konsep *digital marketing dan platform digital* dan Peserta mampu membuat dan mengelola akun bisnis di media sosial dan *marketplace*. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi untuk mengimplementasikan keterampilan yang diperoleh dalam kegiatan usaha mereka.

4. Kendala yang Dihadapi atau Masalah Lain yang Terekam

Selama pelaksanaan, beberapa tantangan yang dihadapi adalah:

a) Tingkat Literasi Digital yang Beragam:

Peserta memiliki tingkat pemahaman awal yang berbeda-beda. Solusinya adalah memberikan bimbingan tambahan kepada peserta yang kurang memahami teknologi.

b) Keterbatasan Fasilitas Teknologi:

Beberapa peserta tidak memiliki perangkat yang memadai. Solusinya adalah menyediakan perangkat tambahan selama pelatihan berlangsung.

Dengan pelaksanaan yang baik dan pendekatan yang adaptif, kegiatan ini mampu memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat Desa Sumber Rejo dalam meningkatkan kompetensi mereka di bidang digital marketing.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia melalui Pelatihan Digital Marketing di Desa Sumber Rejo telah berhasil dilaksanakan dengan hasil yang memuaskan. Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Sumber Rejo, khususnya para pelaku UMKM, pemuda, dan masyarakat umum. Peserta memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep digital marketing dan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha. Peserta mampu mempraktikkan keterampilan teknis, seperti pengelolaan akun media sosial, penggunaan *marketplace*, dan pembuatan konten kreatif. Peserta juga menunjukkan minat dan semangat yang tinggi dalam mempelajari dan menerapkan *strategi digital marketing* untuk usaha mereka. Peserta aktif berpartisipasi dalam diskusi, praktik, dan simulasi yang dilakukan selama pelatihan. Dengan keterampilan baru yang diperoleh, peserta memiliki peluang untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar digital, memperluas jangkauan pelanggan, dan meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, seperti strategi digital marketing

tingkat lanjut, analisis data pemasaran, dan pemanfaatan iklan berbayar di platform digital. Melaksanakan monitoring secara berkala untuk memantau implementasi digital marketing oleh peserta dan memberikan pendampingan dalam menghadapi kendala yang mungkin muncul.

Dengan pelaksanaan program yang berkelanjutan dan kolaborasi yang solid, pelatihan ini dapat memberikan dampak jangka panjang bagi masyarakat Desa Sumber Rejo, khususnya dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui digital marketing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih disampaikan kepada Universitas Prima Indonesia yang sudah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Masyarakat Desa Sumber Rejo Kabupaten Batubara yang telah berpartisipasi dan menyambut baik dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang telah berjalan dengan baik.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Batubara. (2021). *Profil Kabupaten Batubara*.
- 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 2018 Vol 01 No 1
- Diah, Yuliansyah M., Lina Dameria Siregar, and Nyimas Dewi Murnila Saputri. 2021. "Strategi Mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) Unggul Dalam Tatanan Normal Baru Bagi Pelaku UMKM Di Kota Palembang." *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services* 2, no. 1: 67–76. <https://doi.org/10.29259/jsocs.v2i1.32>.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Batubara. (2022). Laporan UMKM Kabupaten Batubara.
- Eka, Dian, Yuliansyah M Diah, Chentika Anugra, Cenia Bunga, and Vierdha Nova Putriana. 2022. "Peranan Kompetensi SDM Dalam Meningkatkan Industri UMKM Di Kecamatan Ilir Barat II Palembang" 3, no. 1: 39–44.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2021). Panduan Transformasi Digital untuk UMKM.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Laporan Tahunan UMKM dan Digitalisasi.
- 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>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition).

- Pratama, I. (2020). Optimalisasi Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Digital UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 78-92.
- Sari, Kartika Dwi Chandra, Indra Sukma Subagio, and Retno Agus Setiawan. 2022. "Workshop Peningkatan Daya Saing Bisnis Dengan Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Pelaku Umkm Binaan Rumah Bumn Purwokerto." *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat PAKEM* 4, no. April: 55–62.
- Setiadi, N. J. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing untuk Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Globalisasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 45-56.
- Taiminen, H.M & Karjaluoto, H (2014). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 22 No. 4, 2015 pp. 633-651
- Urban, Glen (2004) *Digital Marketing Strategy*. Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey. USA