

Peningkatan Keterampilan Digital Marketing dan Pembuatan Konten bagi Pengrajin Gitar Tradisional

¹Arif Setiawan, ¹Hardika Dwi Hermawan, ¹Ryan Rizki Adhisa, ¹Pinkan Surya Amalia, ¹Ady Tama, ¹Naurah Qolbia Salamah

¹Pendidikan Teknik Informatika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Corresponding Author. Email : arif.setiawan@ums.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 20-02-2025
Revised : 22-04-2025
Accepted : 26-04-2025
Online : 05-05-2025

Keywords:

Digital Marketing;
Konten Pemasaran;
Pengrajin Gitar UMKM



ABSTRACT

Abstract: Ngrombo Village, located in Baki District, Sukoharjo Regency, is a prominent guitar craftsmanship center in Indonesia. However, local artisans face significant challenges in product marketing due to limited digital literacy and inadequate adoption of digital marketing strategies. This program aimed to enhance the digital marketing skills of guitar artisans through training and mentorship in digital marketing strategies and content creation. The one-month program involved 50 artisans and employed methods such as lectures, workshops, and hands-on practice. The digital marketing training, led by industry experts, focused on social media optimization and e-commerce utilization. Additionally, a follow-up content creation workshop was conducted to improve product photography and copywriting skills. Evaluation results indicated that 80% of participants improved their understanding of digital marketing, 65% optimized their social media presence, and customer engagement increased by 50%. Challenges included maintaining consistency in business account management and limited access to paid advertising. Long-term solutions require continuous mentorship and the development of data-driven marketing strategies.

Abstrak: Desa Ngrombo, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo, merupakan salah satu sentra kerajinan gitar terkemuka di Indonesia. Namun, para pengrajin menghadapi tantangan besar dalam pemasaran produk akibat keterbatasan literasi digital dan minimnya pemanfaatan strategi digital marketing. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pemasaran digital bagi pengrajin gitar melalui pelatihan dan pendampingan dalam strategi digital marketing serta pembuatan konten pemasaran. Kegiatan dilaksanakan selama satu bulan dan diikuti oleh 50 pengrajin gitar, dengan metode penyuluhan, workshop, serta praktik langsung. Pelatihan digital marketing menghadirkan pakar di bidangnya dan berfokus pada optimasi media sosial serta pemanfaatan platform e-commerce. Sebagai tindak lanjut, pelatihan pembuatan konten pemasaran dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dalam fotografi produk. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 80% peserta mengalami peningkatan pemahaman digital marketing, 65% mulai mengoptimalkan media sosial mereka, dan terjadi peningkatan interaksi pelanggan hingga 50%. Kendala yang dihadapi meliputi konsistensi dalam pengelolaan akun bisnis serta keterbatasan dalam penggunaan iklan berbayar. Untuk solusi jangka panjang, diperlukan program pendampingan berkelanjutan dan pengembangan strategi pemasaran berbasis data.



<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

Industri kerajinan gitar di Indonesia telah menjadi salah satu sektor ekonomi kreatif yang berkembang, dengan berbagai sentra produksi tersebar di berbagai daerah. Salah satu pusat kerajinan gitar yang memiliki reputasi baik adalah Desa Ngrombo, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo (Crysnha, Facundo, 2024). Para pengrajin di desa ini telah lama memproduksi gitar akustik dan elektrik berkualitas tinggi secara handmade, yang banyak diminati baik oleh pasar lokal maupun internasional. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, keberlanjutan usaha para pengrajin menghadapi berbagai tantangan yang semakin kompleks. Salah satu masalah utama yang mereka hadapi adalah perubahan pola konsumsi dan pemasaran akibat transformasi digital, di mana pemasaran berbasis internet dan platform e-commerce menjadi dominan (Rizal et al., 2021).

Pandemi COVID-19 memperparah situasi dengan menyebabkan penurunan daya beli masyarakat dan melemahkan permintaan terhadap produk gitar. Keterbatasan pengrajin dalam memanfaatkan teknologi digital semakin memperburuk kondisi ini, karena mereka masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang terbatas pada jaringan distribusi lokal dan promosi dari mulut ke mulut. Selain itu, persaingan dengan produk gitar pabrikan yang diproduksi secara massal dan dijual melalui platform digital semakin menyulitkan pengrajin tradisional. Akibatnya, banyak pengrajin mengalami kesulitan dalam meningkatkan volume penjualan, mempertahankan usaha, serta menjangkau pasar yang lebih luas (Hastiningsih et al., 2021).

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan solusi yang memungkinkan para pengrajin gitar beradaptasi dengan perubahan ekosistem bisnis modern. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah pelatihan digital marketing, yang dapat membantu pengrajin mengoptimalkan pemasaran produk mereka secara daring (Novita & Malik, 2021). Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, pengrajin dapat meningkatkan visibilitas produk, menjangkau konsumen potensial secara lebih luas, serta bersaing dengan lebih efektif di pasar yang semakin kompetitif (Pardede & Simanjuntak, 2022).

Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM) (Gulo et al., 2025) lebih dari 60% usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia masih menghadapi kendala dalam mengadopsi strategi digital marketing, terutama karena keterbatasan literasi digital dan sumber daya teknologi yang dimiliki. UMKM yang tidak memanfaatkan platform digital untuk pemasaran mengalami penurunan omset hingga 40% dibandingkan dengan UMKM yang telah melakukan digitalisasi bisnis mereka.

Dalam konteks Desa Ngrombo, riset yang dilakukan oleh Verinza et al (2022) menunjukkan bahwa hanya sekitar 15% pengrajin yang telah memanfaatkan marketplace atau media sosial sebagai saluran utama pemasaran mereka. Sebagian besar masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di tempat produksi dan melalui jaringan agen atau distributor

lokal. Hal ini mengakibatkan keterbatasan akses pasar dan ketergantungan yang tinggi terhadap pembeli lokal, yang rentan terhadap fluktuasi permintaan (Retno et al., 2023).

Selain itu, data dari Muzakki (2022) menunjukkan bahwa harga bahan baku gitar di Sukoharjo mengalami kenaikan signifikan dalam dua tahun terakhir, dengan harga kayu mahoni naik lebih dari 35%. Kondisi ini memperburuk situasi para pengrajin, karena mereka tidak memiliki fleksibilitas untuk menaikkan harga jual tanpa kehilangan daya saing di pasar. Dengan kondisi pasar yang semakin kompetitif dan margin keuntungan yang semakin menipis, digitalisasi pemasaran menjadi kebutuhan mendesak agar pengrajin dapat bertahan dan berkembang (Surya et al., 2024).

Akar dari permasalahan ini dapat ditelusuri pada beberapa faktor utama yang saling berkaitan. Pertama, rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pengrajin gitar Desa Ngrombo menjadi kendala utama dalam mengadopsi strategi pemasaran berbasis digital. Sebagian besar pengrajin masih berorientasi pada metode konvensional dalam berjualan dan belum terbiasa dengan penggunaan teknologi digital seperti media sosial, marketplace, atau strategi optimasi mesin pencari (SEO).

Kedua, tidak adanya pelatihan khusus yang membantu pengrajin memahami dan menerapkan digital marketing juga menjadi faktor penghambat. Hingga saat ini, sebagian besar inisiatif pemasaran berbasis digital di kalangan pengrajin gitar masih bersifat sporadis dan tidak sistematis. Banyak pengrajin yang merasa kesulitan memahami konsep-konsep digital marketing, seperti copywriting untuk promosi, pengelolaan iklan berbayar, atau teknik meningkatkan engagement di media sosial.

Ketiga, keterbatasan modal dan akses terhadap infrastruktur digital juga memperburuk keadaan. Beberapa pengrajin menghadapi kendala dalam memperoleh perangkat yang mendukung pemasaran digital, seperti kamera berkualitas tinggi untuk fotografi produk atau akses internet yang stabil untuk mengelola toko daring mereka. Tanpa dukungan yang memadai dalam bentuk pelatihan dan pendampingan, pengrajin akan terus tertinggal dalam persaingan dengan pelaku usaha lain yang lebih cepat beradaptasi dengan perubahan digital.

Pengabdian ini akan menggunakan pendekatan pelatihan digital marketing berbasis praktik langsung, yang berbeda dari metode sebelumnya yang cenderung bersifat teoretis. Pelatihan akan mencakup sesi praktik langsung dengan bimbingan intensif dalam pembuatan konten pemasaran, pengelolaan media sosial, hingga teknik branding visual untuk meningkatkan daya saing produk gitar. Tujuan dari pengabdian ini yaitu meningkatkan keterampilan digital marketing para pengrajin gitar di Desa Ngrombo, sehingga mereka mampu memanfaatkan berbagai platform digital untuk pemasaran produk secara mandiri dan memperluas jangkauan pasar pengrajin melalui media sosial dan marketplace, sehingga mereka dapat meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun nasional.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, dan pendampingan bagi pengrajin gitar di Desa Ngrombo. Tujuan utama kegiatan ini adalah memberikan pemahaman dan keterampilan praktis dalam digital marketing dan pembuatan konten pemasaran. Dosen akan berperan sebagai fasilitator dalam menyampaikan materi penyuluhan dan pelatihan, sementara mahasiswa yang tergabung dalam Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah Aisyiah dan PPK Ormawa HMP PTI akan membantu dalam dokumentasi, pembuatan konten digital, serta memberikan asistensi dalam praktik langsung penggunaan platform pemasaran digital.

Mitra dalam kegiatan ini adalah 50 pengrajin gitar di Desa Ngrombo, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Mereka merupakan pelaku industri kreatif berbasis kerajinan tangan yang sebagian besar masih menggunakan metode produksi tradisional dan mengandalkan pemasaran konvensional. Permasalahan utama yang dihadapi oleh para pengrajin adalah keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk mereka. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang agar mereka dapat memahami dan menguasai strategi pemasaran digital serta teknik pembuatan konten yang menarik dan efektif.

Pelaksanaan kegiatan ini akan berlangsung selama satu bulan, terdiri dari serangkaian penyuluhan, workshop, dan praktik langsung yang terbagi sesuai tabel 1.

Tabel 1 Rencana Kegiatan Pengabdian

Minggu	Kegiatan	Materi	Pemateri
Minggu 1	Identifikasi Masalah	Wawancara dengan Pengrajin Gitar	Tim Dosen & Mahasiswa
Minggu 2	Workshop Media Sosial	Optimasi Instagram & Facebook Ads untuk pemasaran	Praktisi Digital Marketing
Minggu 3	Pelatihan Pembuatan Konten Pemasaran	Teknik fotografi produk, copywriting, dan storytelling	Tim Dosen & Mahasiswa
Minggu 4	Praktik Langsung dan Pendampingan	Pengelolaan akun bisnis digital dan strategi pemasaran	Tim Dosen & Mahasiswa

Untuk memastikan efektivitas pelatihan, evaluasi dilakukan dalam dua tahap, yaitu selama kegiatan berlangsung dan setelah kegiatan selesai. Selama kegiatan, peserta akan mengisi angket dan mengikuti sesi diskusi untuk mengukur pemahaman mereka terhadap materi yang diberikan. Selain itu, dilakukan observasi terhadap kemampuan peserta dalam mengaplikasikan strategi digital marketing dan pembuatan konten. Setelah kegiatan selesai, dilakukan wawancara dan analisis implementasi, di mana tim pengabdian akan menilai sejauh mana pengrajin telah berhasil mengoptimalkan pemasaran digital mereka. Jika ditemukan kendala, akan diberikan pendampingan tambahan selama dua

minggu setelah pelatihan untuk membantu pengrajin yang masih mengalami kesulitan dalam menerapkan strategi yang telah diajarkan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai langkah awal dalam mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pengrajin gitar di Desa Ngrombo, tim pengabdian melakukan wawancara langsung dengan beberapa pengrajin pada pertengahan Oktober 2024 seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. Berdasarkan wawancara dengan perwakilan pengrajin, ditemukan bahwa sebagian besar dari mereka masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di tempat produksi atau melalui perantara distributor lokal. Hanya sedikit yang telah mencoba menggunakan media sosial atau marketplace, namun penggunaannya masih terbatas dan tidak optimal. Kendala utama yang mereka hadapi meliputi kurangnya pemahaman terhadap strategi digital marketing, keterbatasan dalam membuat konten yang menarik, serta kurangnya pengalaman dalam mengelola akun bisnis di platform digital. Selain itu, beberapa pengrajin mengungkapkan bahwa mereka kesulitan memahami algoritma media sosial dan strategi iklan berbayar, yang menyebabkan pemasaran digital mereka kurang efektif.



Gambar 1 Wawancara dengan Pengrajin Gitar Ngrombo

Untuk mengatasi permasalahan ini, pada tanggal 10 Oktober 2024, tim pengabdian menyelenggarakan pelatihan digital marketing yang diikuti oleh 50 peserta. Kegiatan ini menghadirkan seorang pakar digital marketing sebagai narasumber, yang memberikan materi mengenai strategi pemasaran digital, optimasi media sosial, penggunaan Facebook dan Instagram Ads untuk mendukung penjualan produk. Pelatihan ini diselenggarakan di Aula Desa Ngrombo pada pukul 19.00 - 21.00, menyesuaikan dengan waktu luang para pengrajin setelah jam kerja. Selama pelatihan, peserta diajarkan bagaimana membangun brand yang kuat, meningkatkan engagement dengan pelanggan, serta memanfaatkan berbagai platform digital untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Dokumentasi kegiatan pelatihan digital marketing di Aula Desa Ngrombo

Sebagai tindak lanjut dari pelatihan digital marketing, tim pengabdian mengadakan pelatihan foto produk untuk konten pemasaran. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali pengrajin dengan keterampilan dasar dalam menghasilkan foto produk yang menarik dan profesional, yang dapat meningkatkan daya tarik visual dalam pemasaran digital. Dalam sesi ini, peserta diajarkan teknik pencahayaan, komposisi, dan penggunaan alat sederhana seperti kamera ponsel serta aplikasi pengeditan gambar dengan praktik langsung seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Selain itu, mereka juga mendapatkan panduan dalam menyusun deskripsi produk yang menarik serta strategi storytelling untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu pengrajin dalam menciptakan konten pemasaran yang lebih berkualitas dan meningkatkan potensi penjualan secara daring.



Gambar 3 Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Konten Pemasaran

Hasil dari wawancara dan kuisioner yang dilakukan setelah pelatihan menunjukkan bahwa lebih dari 80% peserta merasa lebih percaya diri dalam menerapkan digital marketing untuk usaha mereka. Sebanyak 65% peserta mulai mengoptimalkan akun media sosial mereka dengan strategi yang telah diajarkan, seperti penggunaan hashtag yang tepat, pembuatan konten berkualitas, serta pemanfaatan fitur iklan berbayar. Selain itu, dalam kurun waktu satu bulan setelah pelatihan, terdapat peningkatan interaksi pelanggan di media sosial sebesar 50% berdasarkan analisis engagement rate pada akun bisnis beberapa pengrajin. Sebagian pengrajin juga melaporkan adanya peningkatan penjualan setelah mereka mulai menggunakan strategi pemasaran digital secara lebih konsisten. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dan pembuatan konten pemasaran memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha pengrajin gitar di Desa Ngrombo.

Dalam bidang pemasaran digital, penggunaan media sosial dan pembuatan konten pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Digital marketing memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional (Az-Zahra, 2021). Sementara itu, konten pemasaran yang berkualitas dapat membantu membangun brand awareness, meningkatkan interaksi dengan calon pelanggan, serta mendorong keputusan pembelian. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa kombinasi antara strategi pemasaran digital yang tepat dan konten pemasaran yang menarik dapat meningkatkan konversi penjualan hingga 70% (Ubaidirrohman et al., 2024) (Putri et al., 2022). Oleh karena itu, keberhasilan pengrajin dalam menerapkan digital marketing sangat bergantung pada sejauh mana mereka mampu mengoptimalkan penggunaan media digital serta menciptakan konten yang relevan dan menarik bagi audiens mereka.

Konten pemasaran memainkan peran yang krusial dalam menarik perhatian pelanggan, meningkatkan interaksi, dan membangun loyalitas merek. Konten yang berkualitas dan relevan mampu meningkatkan engagement pelanggan hingga 94% lebih tinggi dibandingkan dengan pemasaran tanpa strategi konten yang baik (Amrullah et al., 2021). Menurut penelitian oleh Rachmawaty (2021), bisnis yang secara konsisten menggunakan strategi konten pemasaran yang tepat mengalami peningkatan konversi hingga 70%. Selain itu, konten visual seperti gambar produk berkualitas tinggi, video promosi, serta deskripsi produk yang menarik dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan pelanggan terhadap suatu merek (Ikayanti et al., 2021). Oleh karena itu, dengan kemampuan pengrajin dalam membuat konten pemasaran yang lebih baik, mereka dapat meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan secara digital.

Meskipun hasil pelatihan menunjukkan dampak yang positif, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh pengrajin dalam implementasi strategi digital marketing. Beberapa peserta masih mengalami kesulitan dalam mengelola akun bisnis secara konsisten, terutama dalam hal membuat konten yang menarik dan mengatur jadwal pemasaran. Selain itu, sebagian pengrajin juga mengungkapkan keterbatasan dalam mengalokasikan anggaran untuk iklan berbayar, yang merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran digital yang efektif. Sebagai solusi ke depan, diperlukan pendampingan lanjutan bagi pengrajin dalam bentuk konsultasi rutin dan program mentoring yang lebih intensif. Selain itu, pengrajin dapat diberikan akses ke komunitas digital marketing berbasis lokal, sehingga mereka dapat terus belajar dan berbagi pengalaman dengan sesama pelaku usaha.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan digital marketing dan pembuatan konten pemasaran bagi pengrajin gitar di Desa Ngrombo telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan

keterampilan mereka dalam pemasaran digital. Berdasarkan evaluasi, pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran, dengan lebih dari 80% peserta merasa lebih percaya diri dalam mengelola akun bisnis digital mereka. Sebanyak 65% peserta telah mulai menerapkan strategi pemasaran digital yang diajarkan, sementara analisis engagement rate menunjukkan peningkatan interaksi pelanggan hingga 50% dalam satu bulan setelah pelatihan. Selain itu, peningkatan keterampilan teknis dalam pembuatan konten pemasaran juga terlihat, di mana peserta mampu menghasilkan foto produk yang lebih menarik dan profesional dibandingkan sebelumnya. Hasil ini menunjukkan bahwa program pelatihan yang berbasis praktik langsung dapat membantu pengrajin untuk lebih adaptif dalam menghadapi tantangan digitalisasi bisnis.

Meskipun telah memberikan dampak yang signifikan, terdapat beberapa kendala yang masih dihadapi oleh pengrajin dalam implementasi digital marketing secara konsisten. Keterbatasan dalam mengelola akun bisnis, keterampilan dalam pembuatan konten yang menarik, serta minimnya alokasi anggaran untuk iklan berbayar menjadi tantangan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan lanjutan, baik dalam bentuk konsultasi rutin maupun mentoring secara intensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Ngrombo atas dukungan fasilitas dan partisipasi, serta LPMPP UMS atas pendanaan dan pendampingan akademik. Apresiasi juga kami sampaikan kepada tim KKNMas Desa Ngrombo dan tim PPK Ormawa HMP PTI UMS yang berperan aktif dalam pelaksanaan, dokumentasi, dan asistensi pelatihan, sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan bermanfaat bagi para pengrajin gitar.

REFERENSI

- Amrullah, H. F., Ambo Asse, R. A., & Nugraha, R. P. (2021). Optimasi Pemasaran Menggunakan Media Baru Pada Era Normal Baru (Studi Kasus Facebook Marketing Brand Zhfrn). *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 12(1). <https://doi.org/10.31506/jrk.v12i1.11593>
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science*, 1(1), 77–88.
- Crysnha, Facundo. (2024). *Eksistensi Desa Ngrombo Sandang Klaster Gitar Unggulan, Tetap Jaya Tak Lekang oleh Zaman*. https://www.tribunnews.com/bisnis/2024/03/31/eksistensi-desa-ngrombo-sandang-klaster-gitar-unggulan-tetap-jaya-tak-lekang-oleh-zaman?utm_source=chatgpt.com
- Gulo, R. P. S., Faundri, R. A., Nurhaliza, S., Prayoga, L. S. D., Idayati, I., Fadly, M., & Ferdinand, A. (2025). *Pengaruh Transformasi Ekonomi Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Dan Daya Saing UMKM Di Indonesia*. 8(1).
- Hastiningsih, W. T., Sari, A. A., Junaedi, J., & Prastowo, I. (2021). Pendampingan Re-Branding Umkm Gitar Sebagai Bentuk Peningkatan Kinerja Pemasaran. *Reswara*:

- Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 131–139.
<https://doi.org/10.46576/rjpkm.v2i1.939>
- Ikayanti, A. P., Setiawan, M. A., & Pratama, A. R. (2021). Pengaruh Influencer dan Iklan di Instagram pada Pemasaran Pariwisata (Studi Kasus Explore Nusa Penida). *EXPLORE*, 11(1), 13. <https://doi.org/10.35200/explore.v11i1.407>
- Muzakki, K. (2022). *Keluh Kesah Pengrajin Gitar di Sukoharjo, Harga Bahan Naik Tapi Jualnya Murah*. https://jateng.tribunnews.com/2022/07/23/keluh-kesah-pengrajin-gitar-di-sukoharjo-harga-bahan-naik-tapi-jualnya-murah?utm_source=chatgpt.com
- Novita, C., & Malik, A. (2021). *Pengaruh Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Keberlangsungan Kegiatan UMKM Di Desa Cempedak Lobang Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai*. 6(2), 131–140.
<https://doi.org/10.51544/jmm.v6i2.2057>
- Pardede, E. Y. R., & Simanjuntak, M. (2022). Penguatan Pemasaran Digital UMKM Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus: UMKM Keripik Cap Rumah Adat Minang, UD Rezeki Baru). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 119–133.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., Riandani, R., Mulyani, E., Yasshyka, A., Listiana, A. P., & others. (2022). Pelatihan digital marketing untuk mencapai optimalisasi strategi pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828–839.
- Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 39–51. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.565>
- Retno, G. N., Tyastuti, V., & others. (2023). *Analisis Kelayakan Bisnis Pada Umkm Gitar Di Desa Ngrombo (Studi Kasus pada Usaha Gitar Desa Ngrombo)*.
- Rizal, M., Laila, A. N., Ali, N., Rohmah, N., Maula, M. H. N., & Waasiah, R. (2021). *Sosialisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa*. 2(4), 287–287.
<https://doi.org/10.33474/jp2m.v2i4.13569>
- Surya, P., Tama, A., Purnama, B. R., Qolbia, N., Salamah, S., Istiqoma, B. M., & Setiawan, A. (2024). Peningkatan Kemampuan Personal Branding sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Pengrajin Gitar Desa Ngrombo, Sukoharjo. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 307–314.
- Ubaidirrohman, W., Febriana, P., & Rochmaniah, A. (2024). Pengembangan Media Sosial dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Brand Batik Lokal “Qabudayan.” *Warta LPM*, 11–20. <https://doi.org/10.23917/warta.v27i1.2320>
- Verinza, A. B., Ningrum, S. M., Atmaja, L. K., Riswan, F. I., Silvia, M., & Hafida, S. H. N. (2022). Modernisasi Industri Gitar di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo Provinsi Jawa Tengah. *LaGeografia*, 20(2), 169–177.
<https://doi.org/10.35580/lageografia.v20i2.22462>