

## PEMBERDAYAAN IBU-IBU PKK KELURAHAN TOMANG MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN BOUQUET SNACK DAN PEMASARAN SECARA DIGITAL SEBAGAI ALTERNATIF USAHA

Devit Setiono<sup>1)</sup>, Dewi Kusumaningsih<sup>2)</sup>, Ahmad Pudoli<sup>3)</sup>, Rusdah<sup>6)</sup>, Triana Anggraini<sup>5)</sup>

<sup>1,2)</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

<sup>3)</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

<sup>4)</sup>Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

<sup>5)</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

Corresponding author: Devit Setiono

E-mail: devit.setiono@budiluhur.ac.id

Diterima 07 Maret 2023, Direvisi 04 April 2023, Disetujui 04 April 2023

### ABSTRAK

Berdasarkan dengan program kerja (POKJA) I dan II, program pengembangan untuk meningkatkan pendapatan keluarga, salah satunya dengan usaha bouquet snack. Bouquet snack merupakan rangkaian makanan ringan yang dihias dan dirangkai lebih menarik dan menyerupai seperti bouquet bunga pada umumnya. Kurangnya kemampuan dalam membuat kerajinan bouquet yang memiliki nilai jual serta pemasaran produknya, menjadi kendala yang dihadapi. Selain itu, pemanfaatan limbah kertas di lingkungan Kelurahan Tomang juga belum maksimal. Kegiatan pemberdayaan dan pelatihan pembuatan bouquet snack kepada ibu-ibu PKK Kelurahan Tomang yang selaras dengan kelompok kerja (POKJA) menjadi salah satu solusi atas permasalahan yang dihadapi sehingga diharapkan dapat menjadi peluang usaha yang dapat menambah pendapatan keluarga. Metode pada pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan pemaparan materi tentang kewirausahaan, pemasaran di era digital serta praktek langsung pembuatan bouquet snack. Hasil dari kegiatan ini adalah, adanya peningkatan kemampuan dalam membuat kerajinan bouquet snack, inovasi baru serta bertambahnya kemampuan dalam pemilihan media digital untuk memasarkan produk.

**Kata kunci:** bouquet snack; pemasaran digital; POKJA PKK; kewirausahaan.

### ABSTRACT

Based on the work program (POKJA) I and II, the development program is to increase family income, one of which is the bouquet snack business. Bouquet snacks are a series of snacks that are decorated and assembled more interestingly and resemble a bouquet of flowers in general. The obstacles faced are the lack of skills in making bouquet crafts that have selling value and marketing their products. In addition, the utilization of waste paper in Tomang Village has not been maximized. The empowerment and training activities of making bouquet snacks for Tomang Village PKK women who are aligned with the working group (POKJA) are one of the solutions to the problems faced so it is expected to become a business opportunity that can increase family income. The method in implementing this activity is by presenting material about entrepreneurship, marketing in the digital era, and direct practice in making bouquet snacks. The results of this activity are an increase in the ability to make bouquet snack crafts, new innovations, and increased ability in the selection of digital media to market products.

**Keywords:** snack bouquet; digital marketing; POKJA PKK; entrepreneurship.

### PENDAHULUAN

Usaha mikro banyak dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga yang masih banyak memiliki waktu luang, seprti halnya ibu-ibu PKK pada kelurahan Tomang, namun pada kenyataanya ibu-ibu belum memiliki usaha yang dapat dijalankan. Oleh sebab itu pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dilakukan

melalui kegiatan pemberdayaan kesejahtraan kelurahan (PKK) berdasarkan kelompok kerja (POKJA).

Pemberdayaan perempuan merupakan proses penyadaran dan pengembangan keterampilan menuju partisipasi yang lebih besar sehingga mereka memiliki kekuasaan dan kendali dalam pengambilan keputusan dan

perubahan. Perempuan mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat. Untuk memberdayakan perempuan untuk melakukan ini, kesadaran yang tumbuh dari potensi yang ada harus terlebih dahulu dimulai potensi dapat dikembangkan dengan menambah keterampilan, lebih dekat ke mata air. Selain itu, minimalisasi ancaman eksternal dan pelatihan berkelanjutan (Dwijaya & Suciyani, 2021).

Pemberdayaan ibu-ibu melalui program peningkatan kompetensi juga selaras dengan program kerja PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga). Program pemberdayaan ibu-ibu PKK memiliki dampak yang positif, baik pengaruh dan motivasi melalui pelatihan kewirausahaan untuk mendukung desa wisata Bleberan (Parmadi & Widodo, 2021).

Kelompok PKK Kelurahan Tomang sampai saat ini aktif dalam melaksanakan kelompok kerja (POKJA). Selaras dengan POKJA II dan III, program pengembangan untuk meningkatkan pendapatan keluarga, salah satunya melalui usaha tambahan yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Dalam kaitan program pengembangan keterampilan dengan pemberdayaan pelatihan menjadi upaya dalam mengembangkan dan membina potensi dari masing-masing anggota.

Pemberdayaan pelatihan pembuatan *bouquet* hadiah berhasil dilaksanakan di Desa Sumber Melati, hasil dari kegiatan ini adalah dengan tumbuhnya semangat berwirausaha melalui produk *bouquet* hadiah serta pengetahuan terkait pemasaran digital (Hayati et al., 2022). Pelatihan pembuatan *bouquet* snack dan *bouquet* bunga juga dilaksanakan di kantor perpustakaan Kabupaten Bone, hasil dari pelatihan ini selain menumbuhkan jiwa keterampilan kreasi pada hasil produk, peserta juga mampu menentukan harga jual dari produk yang dihasilkan (Ridwan et al., 2020).

Saat ini, tren pemberian *bouquet* snack kepada orang terkasih sudah menjadi hal yang wajar sebagai bentuk ungkapan kasih sayang. Banyak ragam dari kreasi selain *bouquet* snack, seperti *bouquet* bunga, uang, boneka dan lain sebagainya. *Bouquet* snack merupakan rangkaian makanan ringan yang dihias dan dirangkai lebih menarik dan menyerupai seperti *bouquet* bunga pada umumnya.

Tren *bouquet* snack tidak lepas dari peran media dan juga usaha para pelaku usaha dalam hal pemasaran. Kemajuan teknologi saat ini, seolah semakin memberi banyak ruang untuk dapat memasarkan produk yang kita jual secara lebih luas. Pemanfaatan digital branding dapat diterapkan pada berbagai lini usaha, seperti penerapan pada usaha kuliner

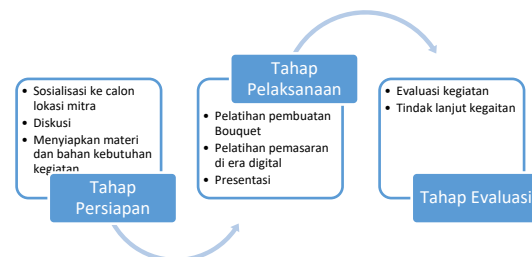
paremono yang dapat memberikan manfaat pada pelaku usaha dalam penerapan marketing dan promosi (Sukmasetya et al., 2021). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi juga diterapkan pada UMKM, seperti Instagram untuk menjangkau calon pembeli yang lebih luas (Hidayati et al., 2020), penerapan digital marketing serta pemasaran online juga diterapkan pada UMKM di Kecamatan Gendongan untuk mempermudah konsumen dalam menjangkau produk yang dijual (Widyakto et al., 2021).

Pelatihan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk merupakan usaha optimalisasi terhadap usaha kecil menengah, dalam kegiatannya juga dikenalkan bagaimana pembuatan *caption* yang jelas dan langsung pada inti produk, pengambilan foto produk pada laman *facebook* ataupun *instagram*. Dampak dari pelatihan ini adalah semakin berkembang dan bertambahnya terkait pemasaran secara digital (Sasa et al., 2021). Pelatihan digital marketing dan pemasaran memiliki dampak yang positif dengan naiknya hasil penjualan dan pendapatan UMKM pada masa pandemi covid-19 (Nurrahman & Sulma, 2022).

Ibu-ibu PKK Kelurahan Tomang memiliki kesempatan yang sama untuk dapat berkembang dan berinovasi di sela-sela kegiatan utama berumah tangga. Namun, adapun kendala yang ditemui dilapangan seperti kurangnya kemampuan dalam membuat kerajinan *bouquet* yang memiliki nilai jual serta pemasaran produknya, menjadi kendala yang dihadapi. Selain itu, pemanfaatan limbah kertas di lingkungan Kelurahan Tomang juga belum maksimal. Kegiatan pemberdayaan dan pelatihan pembuatan *bouquet* snack kepada ibu-ibu PKK Kelurahan Tomang yang selaras dengan kelompok kerja (POKJA) menjadi salah satu solusi atas permasalahan yang dihadapi sehingga diharapkan dapat menjadi peluang usaha yang dapat menambah pendapatan keluarga.

## METODE

Metode dalam pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Adapun tahapan pada pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan di Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) Mandala selama 1 hari yang diikuti oleh Ibu-ibu PKK Kelurahan Tomang. Tahapan kegiatan Pelatihan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan sosialisasi kepada calon mitra. Hal ini dilakukan agar calon mitra mendapatkan gambaran tentang kegiatan apa yang akan dilaksanakan nantinya. Pada tahap sosialisasi juga dilaksanakan diskusi yang bertujuan untuk mendapatkan masalah serta solusi atas permasalahan calon mitra.

Diskusi terbuka terkait kegiatan pelatihan pembuatan *bouquet* snack serta pemasaran digital akan dipandu langsung oleh tim yang sudah berpengalaman. Dengan adanya diskusi dengan calon mitra diharapkan mendapatkan wawasan dan kebutuhan serta persiapan kegiatan.

Setelah disepakati dan berdasarkan kebutuhan calon mitra, tim pelatihan menyiapkan materi dan bahan-bahan yang dibutuhkan pada saat kegiatan berlangsung.

#### 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilaksanakan secara luring di RPTRA Mandala, Kelurahan Tomang hari pada hari Sabtu mulai pukul 09.00 wib s.d. 12.00 WIB. Kegiatan diawali dengan penjabaran materi terkait kewirausahaan, pemasaran, serta macam dan jenis pemasaran secara digital dan dilanjutkan dengan praktek pembuatan *bouquet*. Tim pelaksana sudah menyiapkan bahan-bahan yang diperlukan seperti, aneka macam *snack*, kardus, pita, lakban, *double tape*, gunting, kertas.

#### 3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi ditujukan untuk mendapat gambaran dan *feedback* atas kegiatan yang sudah dilaksanakan, baik evaluasi pada tim pelaksana dan juga evaluasi pada target luaran. Evaluasi peserta dalam rangka pengukuran hasil kegiatan menggunakan kuesioner.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi yang dihadapi oleh peserta saat ini adalah belum mahir dalam merangkai *bouquet* dan bagaimana cara pemasaran produk secara digital, selain itu belum meratanya pengetahuan dalam hal penggunaan media

digital seperti *marketplace* serta pembuatan *caption* yang menarik pada Instagram. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan oleh pengelola RPTRA Mandala. Kegiatan ini memfokuskan pada pemberdayaan ibu-ibu PKK dalam rangka meningkatkan pendapatan keluarga melalui Pelatihan pembuatan *bouquet snack* dan pemasaran secara digital. Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, pelatihan ini menjadi langkah awal dalam pengembangan kemandirian yang selaras dengan kelompok kerja (POKJA).

Kegiatan ini dibuka dengan penjabaran materi terkait kewirausahaan dan pemasaran di era digital oleh Bapak Devit Setiono, M.Kom. pada sesi ini dipaparkan perkembangan usaha di era digital yang mana kita dapat dengan



**Gambar 2.** Pembukaan dan Pemaparan Materi Oleh Narasumber

mudah dalam hal pemenuhan kebutuhan, mulai dari kebutuhan bahan pokok, hiburan, sampai beberapa produk digital yang sudah dipasarkan melalui media online. Perkembangan teknologi juga memaksa pelaku usaha untuk beradaptasi dalam hal pemasaran produk, terlebih semakin beragamnya media pemasaran online saat ini, baik *e-commerce* ataupun *marketplace*.

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan juga harus diimbangi dengan peningkatan kemampuan untuk beradaptasi dengan hal-hal baru, tidak hanya karena sesuatu yang sedang tren namun tetap dijadikan sebagai kemampuan dasar yang harus dimiliki setiap pelaku usaha. Penjabaran materi terkait dengan kreativitas pembuatan kerajinan *Bouquet* yang memiliki nilai jual, dilakukan oleh Ibu Dr. Rusdah, M.Kom.

Pembuatan *bouquet snack* memang sangat membutuhkan keterampilan dan kesabaran, untuk itu dibutuhkan niat dan kesiapan yang cukup sehingga dapat menghasilkan produk yang baik dan indah. Selain itu, bahan dalam pembuatan *Bouquet* dapat memanfaatkan limbah kertas yang ada



disekitar, seperti kardus sebagai penyangga bagian belakang *bouquet*, sehingga dapat menghemat modal.

Sesi selanjutnya adalah materi inti pelatihan pembuatan *bouquet* yang disampaikan oleh Ibu Dewi Kusumaningsih, M.Kom. dan Ibu Triana Anggraini, M.Akt., adapun bahan-bahan yang dipersiapkan adalah aneka macam *snack*, kardus, pita, lakban, *double tape*, gunting, kertas. Pada sesi ini juga dijelaskan terkait rincian modal awal dan menghitung rincian harga jual. Total dari persiapan modal awal untuk satu *bouquet* adalah sebesar Rp. 32.000 yang mana hal ini disesuaikan dengan isi dari *bouquet* yang akan kita produksi. Semakin banyak dan tinggi modal awal akan diikuti harga jual yang bervariasi. Pada pelatihan ini kami mencoba membuat simulasi dengan *bouquet snack* makanan ringan, dengan perkiraan rincian seperti pada tabel 1.

**Tabel 1.** Rincian Kebutuhan dan Bahan

Alat dan Bahan	Harga
Sncak	Rp. 8.000
Kardus	Rp. 1.000
Kertas	Rp. 4.000
<i>Bouquet/Flower Wrapping</i>	
<i>Double Tape</i>	Rp.2.000
Lakban	Rp. 6.000
Gunting	Rp. 5.000
Pita	Rp. 6000
<b>TOTAL</b>	<b>Rp. 32.000</b>

Rincian pada tabel 1, adalah rincian estimasi yang mana seperti lakban, pita, *double tape* dapat digunakan untuk 2 kali pemakaian sehingga ada keuntungan dari pemakaian bahan tersebut. Setelah bahan sudah siap tim Pelatihan melanjutkan pelatihan pembuatan *bouquet snack* secara bersamaan.



**Gambar 3.** Penjelasan Pembuatan *Bouquet*

Kegiatan ini memiliki proses yaitu dimulai dari menyiapkan semua bahan dan

membuat kerangka *bouquet* dari kardus. Setelah semua bahan siap, langkah utama yaitu letakkan semua *snack* untuk di tempel menggunakan *double tape* pada kerangka, kemudian kerangka *snack* dibungkus menggunakan kertas *bouquet* satu per satu hingga membentuk sebuah *bouquet*. Setelah *bouquet* sudah terbentuk, *bouquet* dihias menggunakan pita satin.

Sikap semangat dan antusias ditunjukkan oleh peserta Pelatihan pada saat sudah memulai praktek pembuatan *bouquet*. Ketelitian, kesabaran, serta kejelitan dalam melipat dan menempel menjadi hal baru yang dipelajari pada saat proses praktek berlangsung. Hal ini juga terlihat dari beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peserta seputar teknis dan pemilihan bahan *bouquet*, seperti kualitas dan jenis isian *bouquet*.



**Gambar 4.** Suasana Pelatihan

Proses pembuatan *bouquet* yang seru dan penuh semangat selama 2 jam menghasilkan *bouquet snack* diharapkan, meskipun belum terlihat sempurna namun sudah ada suatu progres peningkatan kemampuan dalam hal pembuatan *bouquet*.



**Gambar 5.** Hasil Akhir Pelatihan *Bouquet*

Setelah berhasil dalam membuat *bouquet snack*, sesi selanjutnya adalah penjabaran materi terkait dengan pemasaran produk di era teknologi oleh Bapak Ahmad Pudoli. Materi diawali dengan penjelasan jenis

dan macam media pemasaran online seperti beberapa *marketplace* seperti, Tokopedia, Shoope, Lazada, dan lain sebagainya. Persaingan yang ketat tidak hanya terlihat dari segi harga jual namun juga hasil produk *bouquet* yang akan dipasarkan. Bagaimana mendesain toko agar terlihat lebih menarik, sehingga calon pembeli mendapatkan pengalaman yang berbeda dengan toko lain pada saat ingin membeli. Setting toko di *marketplace* juga harus diperhatikan pada setiap sisi agar tidak bertumpuk dan antara galeri dan iklan atau banner yang ada pada toko kita.

Pemilihan *display* produk yang menarik, Teknik pengambilan foto produk serta penjelasan detail produk juga perlu diperhatikan agar calon pembeli dapat menangkap isi dari produk dengan jelas, sehingga menghindari komplain nantinya. Selain pada *marketplace*, pemasaran produk nantinya juga dapat melalui media sosial, *facebook* dan *Instagram*. *Facebook* dan *instagram* dapat dimaksimalkan dengan menggunakan pemasangan iklan pada kedua *platform* tersebut. Pada saat menggunakan *facebook* atau *Instagram* hal yang harus diperhatikan lagi adalah pembuatan *caption* yang singkat dan jelas, sehingga tidak terlalu panjang dan malah menimbulkan kebosanan pada saat calon pembeli membaca *caption*. Memanfaatkan secara maksimal media online akan memiliki dampak yang sangat besar bagi kelangsungan setiap pelaku usaha.

Pada akhir pelatihan, tim Pelatihan membagikan kuesioner sebagai bahan evaluasi. Para peserta sangat antusias dan berharap ada Pelatihan lanjutan yang lebih berfokus pada pemasaran secara digital terlebih sasaran peserta adalah ibu-ibu PKK yang merasa sangat membutuhkan bimbingan dalam hal penggunaan gawai.

Hasil olahan kuesioner atas Pelatihan ini dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil Evaluasi Kegiatan

Indikator	Prosentase Hasil
Materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra	89%
Penyampaian materi	90%
Durasi pelatihan	85%
Peningkatan keterampilan setelah pelatihan	87%
Pelatihan lanjutan	95%

Berdasarkan hasil olahan kuesioner hasil evaluasi secara keseluruhan dapat

diterima oleh mitra, khususnya para peserta. Faktor pendukung pada kegiatan ini adalah dukungan penuh dari mitra berupa lokasi kegiatan serta peserta yang sangat antusias. Adapun faktor yang menjadi penghambat adalah waktu yang singkat sehingga masih dirasa kurang penyampaian materi terkait pemasaran produk sehingga dapat menambah penghasilan keluarga.

## SIMPULAN DAN SARAN

Para peserta Pelatihan telah mendapatkan pengetahuan bagaimana meningkatkan pendapatan melalui usaha *bouquet* snack serta media pemasaran digital. Selain itu adanya peningkatan kemampuan yang dirasakan oleh para peserta terkait dengan kerajinan dalam pembuatan *bouquet*.

Respon dan tanggapan yang positif juga diberikan oleh peserta selama kegiatan berlangsung, sehingga semakin menambah semangat. Melalui Pelatihan pembuatan *bouquet* dan pemasaran tentunya harus adanya kolaborasi dan dukungan penuh dari PKK, kelurahan serta tim pelatihan agar semakin bertambah dan berkembangnya kemampuan dikemudian hari.

Adapun saran yang dapat kami berikan adalah adanya Pelatihan lanjutan yang lebih detail dan dalam waktu pelaksanaan kegiatan tidak hanya 1 hari.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pelaksana Abdimas mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRPM) Universitas Budi Luhur atas dukungan moril dan materiil, Kelurahan Tomang, serta seluruh kader PKK atas kesempatan yang sangat luar biasa.

## DAFTAR RUJUKAN

- Dwijaya, A. I., & Suciyani, S. (2021). Pemberdayaan Kaum Perempuan Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Keluarga. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa : Studi Syariah, Hukum Dan Filantropi*, 3(2), 251–265.
- Hayati, K., Sinaga, J. B., Fatimah, V., Sitanggang, T. N., Ginting, W. A., Sari, I. R., Astuty, F., & Dini, Si. (2022). Pemberdayaan Remaja dalam Membuat Aneka Bucket Hadiah dan Pelatihan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi*, 1(February), 28–35. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/inovasi/article/view/20%0Ahttps://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/inovasi/article/download/20/6>

- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119–124. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Nurrahman, A., & Sulma, A. (2022). Sosialisasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kuliner Di Kelurahan Kadidi Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 1(2), 99–115. <https://doi.org/10.36490/jpmtnd.v1i2.343>
- Parmadi, E. H., & Widodo, Y. H. (2021). Pemberdayaan Ibu PKK Desa Bleberan Melalui Pelatihan Kewirausahaan dalam Upaya Mendukung Desa Wisata Bleberan. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 114–118. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v5i2.2797>
- Ridwan, M. I., Asfar, A. M. I. T., Ewing, E., & Jamaluddin, J. (2020). Pelatihan Pembuatan Buket Bunga dan Snack Sebagai Kado Wisuda di Perpustakaan Bone. *SNPKM: Seminar Nasional ...*, 2, 51–58. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/SNPKM/article/view/5252> <https://journal.unilak.ac.id/index.php/SNPKM/article/download/5252/2433>
- Sasa, S., Sapto Adi, D., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358–371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(3), 322–328. <http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/abdimas/article/view/2331>
- Widyakto, A., Suryawardana, E., & Santo, S. (2021). Pendampingan Umkm Kelurahan Gendongan, Kecamatan Tingkir, Kota Salatiga, Melalui Pemasaran Digital. *Jurnal Abdimas*, 25(2), 192–196. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v25i2.32964>