

Pendampingan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dengan Pelatihan Digital Marketing Di Desa Kalibaru Manis

Nurul Inayah¹, Abdul Kholiq Syafa'at², Yunus Zamroji³,
Ahmad Said Naja⁴

^{1,3,4}Institut Agama Islam Darussalam Banyuwangi

²Universitas Kyai Ahmad Siddiq Jember

Email: ¹nurul.inayah@iaida.ac.id, ²abdulkholiqsyafaat@gmail.com,
³yunuszamrozi@iaida.ac.id, ⁴ahmadsainaja@iaida.ac.id

ABSTRACT: *Business actors are slowly starting to leave conventional marketing methods and switch to digital marketing. Digital marketing is the marketing of products or services using digital technology via the internet, social media, cell phones, or other digital media. There are many advantages to getting from digital marketing, namely: scalable, more efficient, and broad-reaching. With the application of digital marketing, it is hoped that MSME actors will be able to develop, and compete. MSME owners in Kalibaru Manis village still have problems such as limited human resources, limited business capital, system limitations in business administration and the lack of ability for marketing, especially promotion, making them less able to compete with large business owners who are already strong and supported by advanced technology. advanced. Then, UMKM (Micro, Small and Medium Enterprises) assistance was carried out with Digital Marketing training in Kalibaru Manis Village, Banyuwangi Regency. With digital marketing training, it is hoped that it will be able to develop the business sector for MSME actors in Kalibaru Manis village. With collaboration with youth organizations, we are able to preserve the program that we run while carrying out mentoring in the village of Kalibaru Manis.*

Keywords: *UMKM, training, digital marketing.*

Pendahuluan

Masa pandemi yang terjadi pada tahun 2019 sampai hari ini dampaknya masih terasa terutama pada perekonomian Indonesia. Secara strategis UMKM Di Indonesia sangat mempengaruhi perekonomian dan pandemi memberikan dampak yang luar biasa. Sektor yang terkena dampak selama pandemi COVID-19 adalah transportasi, pariwisata, perdagangan, kesehatan dan sektor lainnya, tetapi sektor ekonomi yang paling terpengaruh

oleh COVID-19 adalah sektor rumah tangga.¹

Semacam dampak positif juga pandemi mengharuskan UMKM untuk bertahan, dan teknologi menjadi salah satu solusi pengembangan industri. Secara perlahan-lahan pelaku usaha mulai meninggalkan cara pemasaran yang konvensional dan beralih kepada pemasaran digital. Pemasaran digital adalah pemasaran produk atau layanan dengan menggunakan teknologi digital melalui internet, media sosial, telepon seluler, atau media digital lainnya. Banyak keuntungan yang didapatkan dari pemasaran digital, yaitu: terukur, lebih efisien, dan jangkauan luas. Dengan penerapan pemasaran digital diharapkan pelaku UMKM mampu berkembang dan bersaing pada masa pemulihan ekonomi pasca pandemi..

Desa kalibaru manis berada di bawah kaki gunung gunitir, memiliki luas wilayah 5.782.40 km². Sebagian lahan dari desa Kalibaru manis merupakan milik PTP. XII dengan mayoritas penduduk sebagai petani di ladang kopi.²

Observasi awal di Desa Kalibaru Manis, diketahui bahwa terdapat potensi desa dimana banyak ditemukan pelaku UMKM selain mayoritas petani Kopi. Namun pemilik UMKM yang berada di desa Kalibaru Manis masih memiliki permasalahan-permasalahan seperti keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan modal usaha, keterbatasan sistem dalam administrasi usaha serta minimnya kemampuan untuk pemasaran khususnya promosi menjadi kurang mampu bersaing dengan pemilik usaha besar yang sudah kuat dan didukung teknologi yang canggih. Maka pada pendampingan ini mengambil judul, Pendampingan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dengan pelatihan Pemasaran Digital di Desa Kalibaru Manis Kabupaten

¹Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 1147-1156.

²Buku profil desa Kalibaru Manis 2022 <https://id.m.wikipedia.org>
<https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-pemasaran-digital-dan-strateginya/>

Banyuwangi. Output dari pendampingan ini sebagai berikut : 1) Para pelaku UMKM mendapatkan tambahan wawasan tentang dunia usaha. 2) Para pelaku UMKM dapat pendampingan pengembangan melalui pemasaran digital. 3) Para pelaku UMKM dapat menambah pengetahuan tentang entrepreneurship. Kondisi Dampungan Yang Diharapkan adalah 1) Dengan adanya pelatihan pemasaran digital mampu mengembangkan sektor usaha para pelaku UMKM di desa Kalibaru Manis. 2) Dengan adanya Kerjasama dengan karang taruna mampu melestarikan program yang kita jalankan selama melaksanakan pendampingan di desa Kalibaru Manis

Metode

Pendampingan ini menggunakan strategi pendekatan dengan prinsip-prinsip dalam pengembangan masyarakat berbasis Asset Based Community-driven Development (ABCD). Poin yang perlu digaris bawahi dalam paradigma dan prinsip yang dimiliki oleh pendekatan ABCD adalah, bahwa semuanya mengarah pada konteks pemahaman dan internalisasi aset, potensi, kekuatan, dan pendaya gunaan secara mandiri dan maksimal. Masing-masing prinsip mengisyaratkan penyadaran akan keberadaan kekuatan dan energi positif yang dimiliki oleh masyarakat yang harus diidentifikasi, diketahui, dipahami, diinternalisasi, untuk kemudian dimobilisasi oleh masyarakat sendiri dalam kerangka menuju peningkatan kesejahteraan dan keberdayaan semua elemen komunitas masyarakat.³ Dalam pendampingan ini akan menggunakan kemitraan, dimana kemitraan merupakan hubungan yang dibangun antara beberapa individu atau grup yang disadari oleh kerjasama dan tanggung jawab yang sama dalam menggapai tujuan tertentu. Dalam

³ Munawir, M., Jauhariyah, N. A., & ... (2022). Optimalisasi Manajemen Keuangan Menggunakan Sistem Excel pada Buku Kas Koperasi Simpan Pinjam Tamara di Desa Tamansari Kecamatan Tegalsari *LOYALITAS: Jurnal ...*, 5(1), 22-32. <https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/loyal/article/view/1484%0Ahttps://ejournal.iaida.ac.id/index.php/loyal/article/download/1484/950>

prinsip ABCD, kemampuan masyarakat untuk menemukan dan mengenali aset kekuatan, dan potensi yang mereka miliki dipandang mampu menggerakkan dan memobilisasi mereka untuk melakukan perubahan sekaligus sebagai pelaku utama perubahan tersebut, dapat menggunakan prinsip :

- 1) Penemuan Apresiatif (Appreciative Inquiry).
- 2) Pemetaan Komunitas (Community Mapping).
- 3) Penelusuran Wilayah (Transect).
- 4) Pemetaan

Dalam pendampingan ini bersifat sosialisasi informasi tentang pemasaran digital di Desa Kalibaru Manis Kabupaten Banyuwangi.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pendampingan adalah berkoordinasi dengan Karang Taruna Kalibaru Manis. Koordinasi ini diperlukan untuk mempersiapkan segala kebutuhan terkait dengan pendataan dan seluruh hal mengenai pelatihan pemasaran digital.

Persiapan Pelatihan Pemasaran digital

- 1) Mempersiapkan data Pelaku UMKM Desa Kalibaru Manis
- 2) Mempersiapkan tempat pelatihan pemasaran digital
- 3) Melakukan kegiatan.

Proses Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran digital

Pada proses pelaksanaan pelatihan pemasaran digital akan dibagi dua tahap, tahapannya adalah :

- 1) Penjelasan mengenai gambaran umum pemasaran digital
- 2) Penjelasan teknis mengenai pemasaran digital

Pihak-Pihak Yang Terlibat (Stakeholders)

- 1) Karang Taruna Kalibaru Manis:

Karang Taruna berperan sebagai pen jembatan dan juga mediator dalam pendataan dan segala informasi mengenai UMKM yang ada di Desa

Kalibaru Manis.

2) Pemerintah Desa Kalibaru Manis

Pemerintah Desa yang dipimpin oleh Bpk. H. Andrian Bayu Donata, SH berperan sebagai pemangku wilayah dan pemangku kebijakan yang ada di Desa Kalibaru Manis. Dalam pelatihan pemasaran digital ini Pemerintah Desa sangat mendukung dan men-support penuh dalam penyediaan sarana dan prasarana yang dibutuhkan.

Hasil dan Diskusi

Kalibaru Manis adalah sebuah Desa di wilayah Kecamatan Kalibaru, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur. Desa Kalibaru Manis merupakan salah satu dari 6 Desa yang berada di wilayah Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi. Desa Kalibaru Manis merupakan sebuah Desa yang memiliki potensi sumber daya alam berupa pertanian, salah satunya adalah kopi, perindustrian tempe dan tahu yang biasa dikembangkan dengan baik. Penduduk Kalibaru Manis mayoritas berbahasa Madura. Dan menurut salah satu dari wawancara kami penduduk di desa Kalibaru Manis dulunya berbahasa jawa, dan beberapa tahun kemudian bermunculan pendatang yang membawa bahasa Madura, dan akhirnya sampai sekarang ini desa Kalibaru Manis berbahasa Madura. Kalibaru Manis adalah Desa terakhir/ujung barat dari Kabupaten Banyuwangi serta jalur menuju Kota Jember.

Kondisi demografis Desa Kalibaru Manis jika dilihat dari jumlah penduduk. Jumlah total penduduknya pada tahun 2022 adalah 11.272 jiwa. Dengan rincian jenis kelamin laki-laki sebanyak 5.422 jiwa dan jenis kelamin perempuan sebanyak 5.850 jiwa, serta jumlah total keseluruhannya yaitu 11.272 orang. Kalibaru Manis adalah sebuah nama desa di wilayah Kalibaru, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur, Indonesia, yang letaknya di ujung paling barat dari kota Banyuwangi. Desa ini merupakan ujung paling

barat dari Kecamatan Kalibaru sekaligus Pemerintahan Kabupaten Banyuwangi yang berbatasan dengan Jember.

Kondisi Subyek Dampingan Saat Ini

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau sering disebut dengan UMKM, dalam perekonomian Indonesia UMKM adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Kementrian Koperasi dan UKM mencatat, jumlah UMKM mencapai 65,47 jutadan lebih dari 116 juta tenaga kerja terserap olehnya. Jumlah tersebut mencapai angka 99,99 % dari total usaha yang ada di Indonesia. Sementara, usaha bersekala besar hanya sebanyak 5.637 unit atau setara 0,01 % saja. Berdasarkan informasi, jumlah UMKM yang berada di Desa Kalibaru Manis berjumlah 20, diantaranya yaitu, keripik pisang, susu kedelai, pepes, keripik bayam dll, yang mana UMKM disini dibidang masih tidak terlalu terlihat dikalangan desa sini sendiri, maka dari kami dan Karang Taruna Desa Kalibaru Manis membentuk Paguyupan UMKM dan Pelatihan Pemasaran digital di desa Kalibaru Manis.

Pelaksanaan Pendampingan

Pada proses inkulturasi diawali dengan mendatangi pemangku wilayah terdekat dilokasi pendampingan. Pendampingan di lakukan Pada Kelompok Rutinan Rotibul Al-Hadad dan Kel Yasinan Di Dusun Krajan RT.03 RW.05 Desa Kalibaru Manis Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi, maka pertama kali yang dilakukan adalah bersilaturahmi kepada Ibu RT, Tokoh Agama, Tokoh Masyarakat, Tetangga Posko, di Dusun Krajan dengan kepentingan guna menyampaikan maksud melakukan pendampingan. Setelah masyarakat setempat sudah mengetahui kegiatan pendampingan, maka selanjutnya menemui Bapak Kepala Desa Kalibaru Manis yaitu Bapak H. Andrian Bayu Donata, S.H.,Sebelum melaksanakan program, terlebih dahulu meminta izin kepada pihak terkait seperti Ibu RT, dan Bapak RW, selanjutnya menemui Bapak H. Andrian Bayu Donata, S.H., selaku Kepala Desa Kalibaru

Manis untuk melaksanakan Pendampingan. Kegiatan selanjutnya yaitu pendataan UMKM di desa Kalibaru Manis bekerjasama dengan karang taruna kemudian kita melaksanakan kegiatan pelatihan pemasaran digital. Selain melaksanakan program tersebut, juga diarahkan untuk ikut serta dalam membantu pelayanan masyarakat di Desa. Seperti Pelayanan Administrasi, membantu kegiatan penyaluran BLT dan pendataan terkait kependudukan desa.

Pendataan UMKM

Kegiatan pendataan Pelaku UMKM dilakukan untuk mengetahui jumlah Pelaku UMKM di Desa Kalibaru Manis. Pendataan ini dibantu oleh anggota Karang Taruna Kalibaru Manis karena yang lebih mengetahui kondisi riil di lapangan adalah anggota Karang Taruna Kalibaru Manis.



**Gambar 1. Pendataan Pelaku UMKM Desa Kalibaru Manis
(Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2022)**

Koordinasi Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan koordinasi kegiatan pelatihan pemasaran digital dilaksanakan oleh anggota Karang Taruna Kalibaru Manis bersama dengan anggota kelompok pendamping. Adapun lokasi koordinasi yaitu di Posko yang berada di RT. 002/RW. 002 Dusun Krajan, Desa Kalibaru Manis, Kecamatan Kalibaru, Kabupaten Banyuwangi.



Gambar 2. Koordinasi Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran Digital (Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2022)

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pemasaran digital

Kegiatan pelatihan pemasaran digital dihadiri oleh 20 Pelaku UMKM, P. Poniman Selaku Kasi Pemerintahan Desa Kalibaru Manis, Anggota Karang Taruna Kalibaru Manis dan Anggota Kelompok pendamping. Adapun lokasi pelatihan pemasaran digital yaitu di Aula Balai Desa Kalibaru Manis, Kecamatan Kalibaru, Kabupaten Banyuwangi.



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pemasaran Digital (Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2022)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Untuk selanjutnya dalam tulisan ini, UKM akan dipersamakan dengan UMKM. Setidaknya terdapat tiga peran UKM yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat kecil yakni sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan, sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil, memberikan devisa bagi negara.⁴

Seiring berjalannya waktu Pandemi Covid-2019 menyerang seluruh negara-negara yang membawa berbagai dampak pada perekonomian seperti terjadi kesusahan dalam mencari lapangan pekerjaan, susah untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, tidak mempunyai penghasilan dalam memenuhi kebutuhan untuk sehari-hari dan juga banyak kesusahan yang di terima dari semua sektor perekonomian dalam semua bidang juga merasakan dampak dari Covid-19 tersebut.⁵

Pandemi yang terjadi sejak 2020 berdampak pada penurunan jumlah UMKM dan kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia. Permasalahan-permasalahan yang dialami selama pandemi sebagai berikut:

- 1) Perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dimasa pandemi dari offline ke online.
- 2) UMKM mengalami permasalahan tenaga kerja akibat pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)
- 3) Hambatan distribusi produk
- 4) Kesulitan bahan baku produksi

⁴ Prasetyo, A., & Huda, M. (2019). Analisis Peranan Usaha Kecil dan Menengah Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kabupaten Kebumen. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 18(1), 26-35

⁵ Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 146-153

Pemerintah telah melakukan upaya guna mendorong pertumbuhan UMKM pasca pandemi dengan berbagai program yaitu:

1) Program PEN

Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) merupakan salah satu program pemerintah untuk memulihkan ekonomi Indonesia akibat dampak Covid-19. Dengan salah satu program yaitu Program Bantuan Presiden (Banpres) Produktif Usaha Mikro

2) Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Upaya lain dari pemerintah untuk memajukan UMKM yaitu program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola penjaminan.

3) Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI)

Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) merupakan salah satu program pemerintah sebagai upaya pemerintah untuk memajukan UMKM yang diluncurkan pada tahun 2020.

4) Perluasan Ekspor Produk Indonesia melalui ASEAN Online Sale Day (AOSD)

ASEAN Online Sale Day (AOSD) atau Hari Belanja Daring ASEAN merupakan acara belanja yang dilakukan secara serentak oleh platform niaga-elektronik di sepuluh negara ASEAN.⁶

Program pemerintah yang telah dijalankan dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Indonesia harus didukung dan tidak luput dari dari kerjasama yang dilakukan dengan berbagai pihak dan stakeholder.

Pemasaran Digital

Pandemi COVID 19 telah merubah wajah perekonomian dan perindustrian didunia. Teknologi berkembang dengan cepat seiring dengan

⁶ www.bkpm.go.id

solusi permasalahan yang diakibatkan oleh pandemi COVID 19. Kebijakan Pembatasan wilayah yang diterapkan di Indonesia telah membuat kerugian disektor ekonomi, sosial budaya, serta politik. Salah satu aspek yang terdampak sangat parah adalah perdagangan. *The World Trade Organisation* (WTO) memperkirakan bahwa volume perdagangan dunia secara global kemungkinan menurun sekitar 32% pada tahun 2020 selama masa COVID-19 (Islam, 2020). Banyak upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan perdagangan dan UMKM, salah satunya dengan mendorong pelaku usaha untuk melakukan pemasaran digital.

Pemasaran Digital dikenal pertama kali pada awal tahun 1990-an dan mulai menjadi strategi utama yang banyak diterapkan dalam dunia bisnis pada tahun 2014⁷ (Rapitasari, 2016). Sampai saat ini Pemasaran Digital telah berkembang dengan pesat sejak penggunaan internet semakin tinggi. Tingkat penggunaan ini dipicu dengan kehadiran *smartphone*. Pemasaran Digital adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan utama dari digital marketing adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan *traffic* penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital.⁸

Secara sederhana, terdapat dua jenis karakteristik bisnis yang harus dikenali dalam menentukan untuk menggunakan *digital marketing*, yaitu:

- 1) Mengenali karakteristik pelanggan/calon pelanggan.
- 2) Mengenali kesesuaian karakteristik produk / jasa / merek dengan *digital marketing*.

⁷ Rapitasari, Diana, 2016, Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, Jurnal Cakrawala Vol. 10 No. 2 Desember 2016 : 107 – 112

⁸ Wati, Andy Prasetyo, Martha, Jefry Aulia, dan Indrawati, Aniek, 2020 , Digital Marketing, Cetakan pertama, PT. Literindo Berkah Karya, Malang

Strategi Pemasaran Digital dapat diterapkan berdasarkan tahapan penentuan strategi terbaik dan langkah awal peletakan pondasi digital berupa identifikasi atas bisnis, pesaing, pelanggan, target bisnis, dan progres.⁹

Evaluasi hasil pelaksanaan program

Dari evaluasi hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran digital, masyarakat para pelaku UMKM antusiasnya sangat tinggi terhadap kegiatan tersebut. Oleh karenanya kami menggandeng Karang Taruna sebagai estafet pemegang pemangku program kami selanjutnya untuk tetap menjadi fasilitator yang baik untuk para pelaku UMKM.

Kendala selama pelaksanaan program

Dalam melaksanakan program kami mengalami beberapa kendala, yaitu:

- 1) Perbedaan bahasa keseharian yang kami gunakan, seperti bahasa Madura dan bahasa Indonesia.
- 2) Waktu pelaksanaan pendataan yang harus menyesuaikan kosongnya jadwal para pelaku UMKM.
- 3) Masih banyaknya para pelaku UMKM yang kurang menegrti dengan dunia digital.

Solusi dari kendala selama pelaksanaan program

- 1) Dalam kesulitan penggunaan bahasa kami dibantu oleh anggota Karang Taruna yang notabene masyarakat sekitar, jadi tidak kesulitan dalam hal komunikasi.
- 2) Dalam pelaksanaan pendataan perlu dijadwal dan menyesuaikan waktu longgar pelaku UMKM.
- 3) Untuk mengatasi banyaknya para pelaku UMKM yang masih belum mengerti tentang dunia digital, kita meminta bantuan karang taruna

⁹ Rapisari, Diana, 2016, Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, Jurnal Cakrawala Vol. 10 No. 2 Desember 2016 : 107 – 112

untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengakses dan menjadi mediatornya.

Simpulan

Pencapaian maksimal proses pelatihan pemasaran digital memerlukan kerja sama dari seluruh pihak. Mulai dari Pelaku UMKM itu sendiri, Pemerintah Desa, Pemuda Karang Taruna dan seluruh masyarakat Desa Kalibaru Manis. Pelatihan pemasaran digital sangat dibutuhkan karena akan menjadi salah satu bagian penting dalam proses perkembangan UMKM di Desa Kalibaru Manis.

Daftar Referensi

- Buku profil desa Kalibaru Manis 2022 <https://id.m.wikipedia.org>
- <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-pemasaran-digital-dan-strateginya/>
- BPKM. 2021. Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia. <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-UMKM-indonesia>
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Prekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 146-153
- Islam, A. (2020). Configuring a Quadruple Helix Innovation Model (QHIM) based blueprint for Malaysian SMEs to survive the crises happening by Covid-19. *Emerald Open Res*, 2.
- Jauhariyah, N. A., & Inayah, N. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Kabupaten Banyuwangi Sehat. *LOYALITAS, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 216. <https://doi.org/10.30739/loyal.v3i2.359>
- Jauhariyah, N. A., Inayah, N., Mahmudah, M., & Nasrulloh, M. A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Sampah Plastik Menjadi Premium dan Solar Alternatif di Desa Buluagung Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi. *LOYALITAS, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 124. <https://doi.org/10.30739/loyal.v3i1.544>
- Prasetyo, A., & Huda, M. (2019). Analisis Peranan Usaha Kecil dan Menengah

Terhadap Penyerapan

Tenaga Kerja di Kabupaten Kebumen. Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi, 18(1), 26-35.

- Munawir, M., Jauhariyah, N. A., & ... (2022). Optimalisasi Manajemen Keuangan Menggunakan Sistem Excel pada Buku Kas Koperasi Simpan Pinjam Tamara di Desa Tamansari Kecamatan Tegalsari LOYALITAS: Jurnal ..., 5(1), 22-32.
<https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/loyal/article/view/1484>
<https://ejournal.iaida.ac.id/index.php/loyal/article/download/1484/950>
- Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences, 3(2), 1147-1156.
- Ryan, D. (2014). Understanding Digital Marketing. Great Britain: Kogan Page Limited.
- Rapitasari, Diana, 2016, Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, Jurnal Cakrawala Vol. 10 No. 2 Desember 2016 : 107 – 112
- Tim Penyusun KKN ABCD, UINSA, 2015, Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya, LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya, Cetakan ke 2 (rev).2
- Wati, Andy Prasetyo, Martha, Jefry Aulia, dan Indrawati, Aniek, 2020 , Digital Marketing, Cetakan pertama, PT. Literindo Berkah Karya, Malang.