

PELATIHAN TEKNIK OPTIMASI PEMASARAN ONLINE UNTUK UMKM DI DESA KARANGMUKTI SALAWU BERSAMA KARANG TARUNA MUSTIKA RAHAYU

Jeffry Nugraha^{1*}, Sudianto¹, Hana Diana Maria¹, Adie Pamungkas¹, Firdan Gusmara Kusumah¹, Fazri Kurniawan Fadillah¹, Puji Listiani¹, Nynda Nur Adzni¹, Gisni Mufidah¹, Septiawan Dwi Nata¹

¹Prodi S1 Bisnis Digital, Universitas Bakti Tunas Husada, Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

*Korespondensi: jeffry.nugraha@universitas-bth.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this community service is to increase the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) actors in Karangmukti Salawu Village, Tasikmalaya Regency, through education about digital marketing. In today's digital era, many MSMEs have not utilized technology to market their products effectively. Therefore, this activity was designed to provide knowledge and skills in using digital platforms as a marketing tool. Karang Taruna “Mustika Rahayu,” as part of the youth community in Karangmukti Village, has great potential to support MSMEs in adopting technology and utilizing digital marketing systems. Through this educational program, it is hoped that MSME players can understand and implement digital marketing strategies effectively and efficiently so as to increase their business competitiveness through specially designed assistance through the introduction and training of online marketing optimization techniques as an answer to practical solutions to improve their ability to compete in the digital market. With this training, members of MSMEs in Karangmukti Village with Karang Taruna “Mustika Rahayu” gained insight into the implementation of online marketing optimization

Keywords: *Digital competency insight education, Digital Marketing Optimization Strategy, Optimizing MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises), Competitiveness*

ABSTRAK

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Karangmukti Salawu, Kabupaten Tasikmalaya, melalui edukasi tentang pemasaran digital. Dalam era digital saat ini, banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk mereka secara efektif. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan platform digital sebagai sarana pemasaran. Karang Taruna “Mustika Rahayu” sebagai bagian dari komunitas pemuda di Desa Karangmukti memiliki potensi besar untuk mendukung UMKM dalam mengadopsi teknologi dan memanfaatkan sistem pemasaran digital. Melalui program edukasi ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha mereka melalui pendampingan yang dirancang khusus melalui pengenalan dan pelatihan teknik optimasi pemasaran online sebagai jawaban solusi praktis untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam bersaing di pasar digital. Dengan pelatihan ini, para anggota UMKM di Desa Karangmukti Bersama Karang Taruna “Mustika Rahayu” mendapatkan pencerahan (*insight*) terkait implementasi optimalisasi pemasaran online.

Kata Kunci: Edukasi wawasan kompetensi digital, Strategi Optimalisasi Pemasaran Digital, Optimalisasi Daya Saing UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan penting dalam mendukung perekonomian nasional, terutama di wilayah pedesaan yang menjadi pusat keberagaman usaha masyarakat. Desa Karangmukti, yang terletak di Kecamatan Salawu, Kabupaten Tasikmalaya, memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha di desa ini adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung sistem pemasaran.

UMKM di Desa Karangmukti Salawu memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui digitalisasi pemasaran. Namun, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi digital menjadi kendala utama. Karang Taruna Mustika Rahayu, sebagai komunitas kepemudaan, merupakan mitra potensial dalam mendukung upaya pengembangan UMKM melalui pelatihan teknik pemasaran digital.

Pemasaran digital telah terbukti menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM, baik di pasar lokal maupun global. Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan platform online seperti media sosial, marketplace, dan situs web telah menjadi sarana utama untuk memperluas jangkauan pasar [1]. Namun, minimnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital seringkali menghambat pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal [2].

Melalui program edukasi ini, kami bertujuan untuk memberikan pelatihan praktis dan pembekalan kepada para pelaku UMKM di Desa Karangmukti. Program ini difokuskan pada pengembangan kemampuan pelaku usaha dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran digital, sehingga mampu meningkatkan visibilitas produk dan daya saing usaha mereka di era digitalisasi.

Kegiatan pengabdian ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan keterampilan, tetapi juga menciptakan dampak jangka panjang berupa pemberdayaan UMKM untuk tumbuh secara berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, kami percaya bahwa pelaku UMKM di Desa Karangmukti dapat menjadi motor penggerak dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus mengatasi tantangan era digital.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Desa Karangmukti, Kabupaten Tasikmalaya. Namun, banyak UMKM yang belum memanfaatkan potensi pemasaran digital secara optimal, yang seharusnya dapat membuka peluang lebih luas untuk mengembangkan bisnis mereka. Pemasaran digital memberikan akses ke pasar yang lebih besar dan memungkinkan UMKM berinteraksi langsung dengan konsumen tanpa batas geografis.

Karang Taruna "Mustika Rahayu" sebagai bagian dari komunitas pemuda di Desa Karangmukti memiliki potensi besar untuk mendukung UMKM dalam mengadopsi teknologi dan memanfaatkan sistem pemasaran digital. Melalui program edukasi ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha mereka [3].

Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan tersebut, maka Tim Program Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada melakukan pendampingan yang dirancang khusus melalui pengenalan dan pelatihan teknik optimasi pemasaran *online* sebagai jawaban solusi praktis untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam bersaing di pasar digital [1]. Dengan pelatihan ini, para anggota UMKM di Desa Karangmukti Bersama Karang Taruna “Mustika Rahayu” mendapatkan pencerahan (*insight*) terkait implementasi optimalisasi pemasaran online.

Pada bagian berikutnya sampaikan upaya-upaya yang dianggap dapat menyelesaikan masalah yang terjadi di lingkungan Masyarakat sasaran, sehingga dapat membuat suatu tujuan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat.

Adapun tujuan diselenggarakannya pengabdian masyarakat di Desa Karangmukti Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya adalah dalam rangka untuk:

- 1) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital bagi pelaku UMKM.
- 2) Memperkenalkan strategi optimasi pemasaran online untuk meningkatkan daya saing produk lokal.
- 3) Membentuk komunitas pemasaran digital yang berkelanjutan di Desa Karangmukti.

METODE

Metode yang dipilih dalam kegiatan ini adalah *metode partisipatif* dengan mengedepankan keterlibatan aktif peserta dalam seluruh tahapan kegiatan, dari perencanaan hingga evaluasi. Pendekatan

ini dirancang agar peserta memiliki rasa kepemilikan terhadap program, memaksimalkan pembelajaran, dan meningkatkan penerapan hasil pelatihan dalam kehidupan nyata. Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan melalui serangkaian tahapan yang dirancang untuk memberikan dampak yang nyata dan berkelanjutan. Berikut adalah tahapan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Pengmas) yang disesuaikan dengan pendekatan program untuk membekali peserta dari komunitas Karang Taruna Mustika Rahayu dengan wawasan praktis dan teknis tentang pemasaran digital sehingga mereka dapat memanfaatkan teknologi internet dan *platform* digital untuk promosi produk atau layanan secara efektif:

1. Tahap Persiapan: Berkaitan dengan persiapan pelaksanaan program dengan terlebih dahulu mengidentifikasi kebutuhan nyata peserta dengan melakukan diskusi kelompok dengan anggota kepemudaan Karang taruna Mustika Rahayu di Desa Karangmukti kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya sebagai mitra dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam rangka untuk mengetahui Tingkat pengetahuan peserta terkait dengan pemasaran digital serta mengidentifikasi produk atau layanan yang ingin dipromosikan. Selanjutnya disiapkan materi yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta.
2. Tahap pelaksanaan: Kegiatan pelaksanaan dirancang interaktif dan berbasis praktik langsung agar peserta dapat langsung menerapkan strategi pemasaran digital. Adapun materi yang diberikan pada tahapan pelaksanaan kegiatan ini antara lain berkaitan dengan: Konsep dan Strategi Implementasi Bisnis Digital, Digital Marketing, Bisnis Kreatif Digital, Digital Preneur, dan contoh kasus implementasi digital marketing pada perusahaan.
3. Tahap Pendampingan Pasca Program: Pendampingan pasca program bertujuan memastikan peserta dapat menerapkan ilmu yang telah didapatkan secara konsisten.

Adapun tahapan di atas dapat kita gambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Desa Karangmukti Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya

Desa Karangmukti terletak di Kecamatan Salawu, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. Desa ini merupakan hasil pemekaran dari Desa Salawu dan memiliki luas wilayah yang mencakup beberapa dusun dengan jumlah penduduk yang signifikan. Berdasarkan data dari Kampung KB, Desa Karangmukti memiliki jumlah penduduk sebanyak 4.848 jiwa yang tersebar dalam 1.598 kepala keluarga [4].

Secara geografis, Desa Karangmukti berada di jalur provinsi dengan jarak sekitar 13 km dari ibu kota Kabupaten Tasikmalaya dan berada pada ketinggian ± 700 meter di atas permukaan laut. Curah hujan rata-rata di desa ini mencapai 600 mm per tahun, yang mempengaruhi kondisi pertanian dan kehidupan sehari-hari masyarakat. Desa Karangmukti memiliki batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara: Desa Serang
- Sebelah Timur: Desa Salawu
- Sebelah Selatan: Desa Sundawenang
- Sebelah Barat: Desa Neglasari

Dengan kondisi demografi dan geografis tersebut, Desa Karangmukti memiliki potensi dalam pengembangan sektor pertanian dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dapat didukung oleh program-program pemberdayaan masyarakat.

Kehadiran Karang Taruna Mustika Rahayu di Desa Karangmukti, Kecamatan Salawu, Kabupaten Tasikmalaya, merupakan potensi besar dalam menggerakkan perekonomian lokal, terutama melalui pemasaran potensi daerah. Berikut adalah uraian mengenai potensi daerah tersebut dan peran Karang Taruna Mustika Rahayu dalam memasarkan potensi lokal [4]:

1. Pertanian dan Perkebunan: Desa Karangmukti memiliki curah hujan yang tinggi dan berada di ketinggian ± 700 meter di atas permukaan laut, menjadikannya cocok untuk pertanian dan perkebunan. Produk unggulan dari sektor ini meliputi hasil pertanian seperti padi, sayuran, dan komoditas lokal lainnya yang bisa diolah menjadi produk bernilai tambah seperti keripik, makanan ringan, atau minuman herbal.
2. Kerajinan lokal: Keterampilan masyarakat dalam membuat kerajinan dari bahan alami seperti bambu, kayu, atau anyaman memiliki potensi pasar yang besar, terutama jika dipromosikan melalui platform digital. Kerajinan khas ini dapat dipasarkan sebagai produk souvenir unik yang mencerminkan identitas budaya lokal.
3. Pariwisata Potensial: Dengan geografis yang mendukung, Desa Karangmukti berpotensi mengembangkan sektor ekowisata atau wisata berbasis komunitas seperti wisata sawah, kampung tradisional, atau trekking di perbukitan sekitar. Festival budaya lokal juga dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.
4. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM): UMKM di Desa Karangmukti berkembang dalam berbagai bidang seperti makanan khas daerah (misalnya, sale pisang atau dodol), minuman herbal, dan fashion berbasis tradisional. Pengembangan pemasaran yang kreatif dapat meningkatkan daya saing produk-produk ini.



Gambar 2. Organisasi Kepemudaan Karang Taruna Mustika Rahayu (Komunitas Melek Digital)

Pelaksanaan Pengabdian

Pada tahap awal, tim pengabdian Universitas Bakti Tunas Husada melakukan kunjungan ke Desa Karangmukti Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya untuk melihat situasi dan kondisi dengan dipandu oleh Mahasiswa Bisnis Digital yang kebetulan berdomisili di Desa Karangmukti.

Setelah melakukan kunjungan pendahuluan tersebut, tim pengabdian masyarakat dipertemukan dengan organisasi kepemudaan yang cukup aktif dan mempunyai potensi yang besar dalam menggerakkan potensi daerah, khususnya di Desa Karangmukti dan sekitarnya.

Melihat potensi tersebut, tim pengabdian masyarakat Universitas Bakti Tunas Husada memantapkan diri untuk melaksanakan program pengabdian masyarakat bekerjasama dengan Karang Taruna Mustika Rahayu dengan menyelenggarakan pelatihan berkaitan dengan program pengenalan sekaligus penguatan program berupa pelatihan teknik optimasi pemasaran *online* sebagai jawaban solusi praktis untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam bersaing di pasar digital. Salah satu yang menjadi pertimbangan pelaksanaan event ini adalah berdasarkan adanya potensi dan keunggulan Strategis yang terdapat pada Karang Taruna Mustika Rahayu diantaranya:

1. Kreativitas Pemuda: Karang Taruna diisi oleh pemuda yang kreatif dan inovatif, mampu merancang strategi promosi yang menarik di platform digital.
2. Literasi Digital yang Tinggi: Pemuda usia 18–25 tahun cenderung memiliki pengetahuan dan keterampilan lebih dalam menggunakan media sosial dan teknologi pemasaran digital.
3. Kekuatan Kolektif: Sebagai komunitas yang solid, Karang Taruna dapat menjadi motor penggerak utama dalam memasarkan potensi desa secara kolektif.



Gambar 3. Kegiatan Pengabdian Masyarakat Bersama Komunitas Pemuda yang tergabung dalam Kelompok Literasi Digital dibawah naungan Karang Taruna Mustika Rahayu



Gambar 4. Penyerahan Plakat Piagam Kepada Kepala Desa Karang Mukti Bapak Ade Holid oleh Kaprodi Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada

Kegiatan awal yang dilaksanakan berfokus kepada penguatan atau pembekalan dari dosen tim pengabdian masyarakat dari Universitas Bakti Tunas Husada:



Gambar 5. Sesi Pemaparan Materi Oleh Bu Hana Diana Maria, SE., M.M Tentang Strategi Konten Pemasaran Digital (Bisnis Kreatif Digital)



Gambar 6. Materi Manajemen Pemasaran Digital oleh Bapak Sudiarto, ST., MT.



Gambar 7. Penyampaian Motivasi dan Pengalaman Kesuksesan Bisnis Digital oleh Bapak Firdan Gusmara Kusumah, ST., MT.



Gambar 8. Mengetahui Algoritma Media Sosial (IG, Tiktok, dll.) oleh Bapak Adie Pamungkas, SE., MM.



Gambar 9. Menjadi Digital Preneur Sukses oleh Bapak Jeffry Nugraha, ST., MM



Gambar 10. Sesi Tanya Jawab Peserta dengan Narasumber

Setelah program pembekalan, langkah selanjutnya adanya program pendampingan pasca program sebagai tindak lanjut untuk mencapai keberhasilan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dilakukan beberapa langkah sebagai berikut:

1. **Monitoring:** Melakukan kunjungan atau pertemuan secara berkala (setiap bulan) untuk mengevaluasi penerapan strategi pemasaran digital oleh peserta dan mengecek kemajuan individu atau kelompok, seperti jumlah penjualan, *engagement* media sosial, dan efektivitas konten yang dibuat.
2. **Evaluasi:** Menggunakan kuesioner atau wawancara untuk mengumpulkan data tentang pengalaman peserta setelah program, mengidentifikasi hambatan yang dihadapi peserta dalam menerapkan strategi digital marketing.
3. **Grup diskusi online:** Membentuk grup Telegram untuk menjawab pertanyaan peserta dan berbagi pengalaman, dimana mentor dapat memberikan panduan tambahan jika terdapat kendala teknis dalam menggunakan media sosial atau *market place*.
4. **One on one mentoring:** Dengan menyediakan sesi mentoring individu atau kelompok kecil untuk mendampingi peserta dalam menjalankan kampanye promosi digital. Difokuskan kepada peserta yang memerlukan bantuan lebih intensif, misalnya dalam membuat iklan atau meningkatkan visibilitas produk sehingga peserta dapat menyempurnakan strategi pemasaran mereka dengan panduan langsung.
5. **Pembentukan Komunitas Digital Marketing Karang Taruna Mustika Rahayu:** Langkah ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem pemasaran digital yang berkelanjutan di Desa Karangmukti.
6. **Membangun Kelompok Usaha Bersama (KUB):** Mengorganisasi peserta dalam satu kelompok kerja untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya. KUB dapat menjadi wadah untuk memasarkan produk secara kolektif melalui akun marketplace atau media sosial bersama.
7. **Membangun Pusat Informasi Digital Marketing:** Menjadikan Karang Taruna Mustika Rahayu sebagai pusat informasi dan pelatihan pemasaran digital bagi masyarakat desa lainnya. Dengan terbentuknya Pusat Informasi Digital Marketing diharapkan dapat mendorong pemuda desa lainnya untuk belajar pemasaran digital melalui program yang sama sehingga harapannya Karang Taruna Mustika Rahayu menjadi pusat penggerak digitalisasi pemasaran di Desa Karangmukti.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini setidaknya memberikan dampak positif berupa peningkatan kompetensi peserta dalam pemasaran digital serta potensi pengembangan ekonomi lokal berbasis teknologi digital. Dengan meningkatkan kemampuan peserta dalam pemasaran digital dan menawarkan peluang untuk pengembangan ekonomi lokal yang berbasis teknologi, program ini berhasil memberikan dampak positif.

Diharapkan keberhasilan program ini akan terus berlanjut dan berkembang, sehingga menjadikan Desa Karangmukti sebagai contoh sukses dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis digital. Ini akan dicapai melalui pelatihan lanjutan, pendampingan, kolaborasi, dan monitoring. Dengan meningkatkan kemampuan peserta dalam pemasaran digital dan menawarkan peluang untuk pengembangan ekonomi lokal yang berbasis teknologi, program ini diharapkan berhasil memberikan dampak positif yang berkelanjutan, sehingga diharapkan Desa Karangmukti dapat dijadikan sebagai contoh sukses dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis digital. Hal ini akan dicapai melalui pelatihan lanjutan, pendampingan, kolaborasi, dan monitoring [7,8,9,10].

Adapun hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini setidaknya terdapat 3 hasil yang diharapkan, antara lain berkaitan dengan:

- 1) **Keterampilan yang Dicapai:** Peserta memahami strategi pemasaran digital seperti algoritma media sosial, pengelolaan marketplace, dan konten pemasaran kreatif.

- 2) Dampak Jangka Panjang: Terciptanya komunitas pemasaran digital berbasis Karang Taruna.
- 3) Keberlanjutan: Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan Pusat Informasi Digital Marketing.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian Kepada masyarakat ini terdapat beberapa poin inspirasi (*insight*) dari dilaksanakannya pengabdian masyarakat ini, antara lain:

1. Diperlukan program lanjutan terkait pelatihan digitalisasi untuk pengambil keputusan UMKM. Pelatihan ini meliputi asesmen digital, penggunaan AI, dan produksi fleksibel untuk meningkatkan daya saing.
2. Perlunya pengembangan model pelatihan berbasis kompetensi digital untuk UMKM. Pelatihan ini disesuaikan dengan kebutuhan spesifik UMKM untuk menutup kesenjangan keterampilan digital.
3. Pentingnya pemasaran digital yang berkelanjutan dalam menciptakan dampak positif melalui pelatihan dalam rangka meningkatkan pemahaman tentang praktik pemasaran digital.
4. Pentingnya pelatihan pemasaran digital berbasis metodologi Agile untuk mendukung transformasi digital dan meningkatkan efisiensi bisnis di perusahaan kecil.
5. Perlunya keseriusan meneliti dampak pelatihan literasi digital untuk UMKM di wilayah regional dalam rangka untuk meningkatkan kepercayaan dan keterampilan digital peserta
6. Perlunya mengeksplorasi penggunaan Canva sebagai alat pelatihan pemasaran digital untuk UMKM, meningkatkan kreativitas peserta dalam membuat konten promosi.
7. Perlunya menyoroti peran data science dalam strategi pemasaran digital UMKM.
8. Pentingnya peningkatan daya saing UMKM melalui kegiatan pelatihan pemasaran digital dengan ditunjang pengelolaan keuangan yang baik serta pengelolaan akun marketplace secara profesional.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada Universitas Bakti Tunas Husada Tasikmalaya dan LP2M Universitas Bakti Tunas Husada Tasikmalaya atas hibah pengabdian internal Tahun 2024 sehingga kegiatan ini berjalan dengan lancar. Terimakasih juga ditujukan kepada semua mitra yang mampu bekerja sama dengan baik atas terselenggaranya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Setiawan, R. (2022). Peran Teknologi Digital dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 15(2), 123-135.
- Andrianti, Fitri dan Oktafia, Renny (2021) Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Media Online. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*.
- Tjahja Putri, Elly Kumari (2013) Pengembangan Model Pemberdayaan Karang Taruna Terpadu di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Arsip Blog (2012). Gambaran Umum Desa Karangmukti Salawu: <https://karangmukti76.blogspot.com/>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). Strategi Pemberdayaan UMKM di Era Digital. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Stringer, E. T. (2014). *Action Research*. Sage Publications.
- Joko Setiyo, I. Mukhlis, & Filgentius Danardana Murwani. (2022). *Digital Marketing Training: MSME Efforts Towards International Markets*.
- Gauri Girish Jadhav, Shubhangi Gaikwad, & Dhananjay Bapat. (2023). A systematic literature review: digital marketing and its impact on SMEs.

- A. Azevedo & António Almeida. (2021). Grasp the Challenge of Digital Transition in SMEs—A Training Course Geared towards Decision-Makers.
- Anna Ollanketo et al. (2023). Model for Digital Skills Training for SMEs.
- S. Lestari. (2021). Digital Marketing Application Training For Small And Medium Enterprises.
- Kariyamin et al. (2023). Society in the Digital Age: Creating a Positive Impact Through Sustainable Digital Marketing Practices.
- Gheorghe Minculete & Sorin Minculete. (2019). Approaches to Companies’ Personnel Education and Training in the Field of Digital Marketing.
- A. Ollerenshaw et al. (2021). Increasing the digital literacy skills of regional SMEs through high-speed broadband access.
- Restu Millaningtyas. (2023). Canva Application Training as a Marketing Digitalization Medium for SMEs.
- José Ramón Saura et al. (2021). Digital marketing in SMEs via data-driven strategies: Reviewing the current state of research.
- Primaadi Airlangga et al. (2023). Digital Marketing Training to Provide Economic Recovery Opportunities for the Community.
- Shilpa Wadhwa. (2023). Role of Digital Marketing in Business: an Empirical Study for Small and Medium Businesses.
- M. Maimunah et al. (2022). Implementation of financial management and digital marketing to increase the business competitiveness of SMEs.
- Kunik Shah. (2023). An Analysis on the Utilization of Digital Marketing Strategies for Growth & Development of SME’s.
- Ayu Krishna Yuliawati et al. (2021). Empowering SMEs Through Digital Marketing at UNESCO Global Geopark Belitong, Indonesia.