

Jurnal Cakrawala Maritim Volume 8 No 2 Tahun 2025
e-ISSN: 2620-7850 | p-ISSN: 2620-5637

Jurnal Cakrawala Maritim

<http://jcm.ppns.ac.id>

Pelatihan Digital Marketing Pada Paguyuban PPT Tunas Mulia Keputih Surabaya

Dika Rahayu Widiana^{1*}, Yugowati Praharsi², Syafiuddin¹, Imaniah Sriwijayasih², Irma Rustini Aju², Eky Novianarenti¹, Luqman Cahyono²

¹Jurusan Teknik Permesinan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya, Jl. Teknik Kimia Kampus ITS, Keputih, Sukolilo, Surabaya 6111, Indonesia

²Jurusan Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya, Jl. Teknik Kimia Kampus ITS, Keputih, Sukolilo, Surabaya 6111, Indonesia

Abstrak. Paguyuban Pos PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) Terpadu (PPT) Tunas Mulia Keputih Sukolilo Surabaya memiliki anggota 25 wali murid dari 25 siswa PAUD. Mayoritas dari anggota perempuan paguyuban ini adalah ibu rumah tangga. Pemberdayaan perempuan di suatu wilayah dapat memperkuat perekonomian di wilayah tersebut. Kualitas siswa PAUD selain secara tidak langsung didukung oleh perekonomian keluarga, juga memerlukan peningkatan kualitas pendidikan dalam kegiatan pembelajaran. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh tim pengabdian masyarakat dari Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya dengan memberikan pelatihan digital marketing pada paguyuban PPT Tunas Mulia ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan anggota paguyuban terkait digital marketing. Pelatihan dilaksanakan secara luring dan para peserta diminta untuk mempraktekkan materi yang diberikan melalui *smartphone*. Dengan hal ini diharapkan dapat memotivasi para peserta untuk mendapatkan pendapatan tambahan dengan memanfaatkan strategi dalam digital marketing. Pendapatan tambahan diharapkan dapat meningkatkan perekonomian keluarga. Selain pemberian pelatihan, tim pengmas juga menyerahkan alat permainan untuk melatih motorik siswa PAUD berupa lego pipa. Tim pengmas juga menyerahkan pangan jajan anak sekolah (PJAS) berupa susu, kacang hijau dan jus buah dalam rangka penguatan gizi siswa PAUD. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan siswa PAUD. Sebelum dan setelah pelatihan para peserta juga diberikan pre dan post test untuk melihat perubahan pengetahuan peserta terkait materi yang diberikan dimana nilai rata-rata post test mengalami kenaikan 5.11% dari nilai rata-rata pre-test. Pelatihan ini diikuti oleh seluruh peserta paguyuban PPT Tunas Mulia. Pelatihan ini telah terlaksana

dengan baik dan terdapat kenaikan pengetahuan para peserta pelatihan berdasarkan nilai pre dan post test.

Katakunci: Digital Marketing, PAUD, Pengabdian Kepada Masyarakat, PPT Tunas Mulia.

Abstract. Community association of Pos PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini) Terpadu (PPT) Tunas Mulia Keputih Sukolilo Surabaya had 25 members of parents from 25 PAUD students. The majority of the female members of this community were housewives. The quality of PAUD students is supported by family economics, and improving the quality of education through learning activities. A community service team from Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya conducted a digital marketing training program for the Tunas Mulia community to increase their knowledge of digital marketing. The offline training required participants to practice the material using their smartphones, to motivate them to earn additional income through digital marketing strategies, thereby improving family economics. In addition to the training, the team provided educational toys, such as Lego pipes, to enhance motor skills and nutritious snacks, including milk, green beans, and fruit juice, to support students' nutrition. Pre-test and post-tests were administered to assess participants' knowledge, showing a 5.11% increase in average post-test scores. The training was successful and attended by all members of the Tunas Mulia community, with participants demonstrating increased knowledge based on pre-test and post-test scores.

Keywords: Community Service, Digital Marketing, PAUD, PPT Tunas Mulia.

1. Pendahuluan

Pos PAUD Terpadu (PPT) Tunas Mulia yang beralamat di Rusunawa Blok A Keputih merupakan salah satu sekolah jenjang SPS (satuan PAUD sejenis) berstatus swasta yang berada di Desa Keputih, Kecamatan Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur. PPT TUNAS MULIA didirikan pada tanggal 13 Februari 2013 dengan Nomor SK Pendirian 421.1/1494/436.6.4/2013 yang berada dalam naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (data.kemdikbud.go.id). PPT Tunas Mulia ini memiliki 25 murid dan 2 guru sedangkan paguyuban PAUD PPT Tunas Mulia terdiri dari 25 wali murid.

Hasil survey awal diperoleh data bahwa mayoritas wali murid anggota paguyuban PPT Tunas Mulia berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Ibu rumah tangga juga dapat memiliki peran dalam perekonomian rumah tangga. Pemberdayaan ibu rumah tangga dalam penguatan ekonomi sudah banyak dilakukan karena ibu rumah tangga dengan kemampuan yang dimiliki dapat ikut bertanggungjawab dalam penguatan ekonomi rumah tangganya (Forijati dkk., 2022).

Salah satu upaya untuk meningkatkan dan memperkuat perekonomian keluarga bagi ibu rumah tangga adalah dengan menghasilkan pendapatan tambahan (Yanto, 2021). Salah satu cara menghasilkan pendapatan tambahan adalah dengan membuka

usaha rumahan online. Usaha kecil bisnis online sebagai pemula dapat dilakukan melalui e-commerce (Witjaksana dkk., 2023). Beberapa jenis usaha online diantaranya adalah bisnis *drop shipping* ataupun menjadi *reseller* (Budiman dkk., 2022).

Bisnis *drop shipping* dilakukan dengan menjual produk tanpa harus menyimpan stok barang. Pelaku bisnis hanya perlu bekerja sama dengan supplier yang akan mengirimkan produk langsung ke pelanggan. Keuntungannya adalah tidak perlu banyak modal awal, karena tidak perlu membeli barang terlebih dahulu. Bisnis ini hanya perlu menggunakan laptop atau *smartphone*. Sedangkan untuk *reseller* perlu membeli produk dari supplier dengan harga grosir dan menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi.

Pelatihan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat (Pengmas) dari Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya (PPNS) ini bertujuan untuk memperkenalkan dan meningkatkan pengetahuan dari para ibu rumah tangga anggota paguyuban PPT Tunas Mulia terkait dengan *digital marketing* atau pemasaran digital. Bisnis *drop shipping* dan *reseller* online ini termasuk strategi dalam pemasaran digital. Dengan diadakannya pelatihan ini diharapkan akan memberikan pengetahuan dan motivasi bagi para ibu rumah tangga untuk memanfaatkan kemampuannya dalam rangka menambah pendapatan rumah tangga untuk memperkuat perekonomian karena ekonomi juga memiliki pengaruh terhadap pendidikan anak (Shihab dkk., 2023).

Pelatihan serupa belum pernah diberikan pada paguyuban PPT Tunas Mulia sehingga pelatihan ini sangat menarik minat para anggota paguyuban dalam hal ini adalah wali murid. Selain memberikan pelatihan *digital marketing*, tim pengmas dari PPNS juga menyerahkan alat permainan berupa lego pipa yang dapat digunakan untuk melatih kemampuan motorik siswa-siswi PAUD. Pangan jajan anak sekolah (PJAS) berupa susu, kacang hijau dan jus buah untuk siswa-siswi PAUD juga diserahkan oleh tim pengmas ke pihak PAUD dalam rangka penguatan gizi siswa-siswi PAUD. Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan PAUD Tunas Mulia.

2. Kajian Pustaka

Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat (Hendriadi dkk., 2019; Chusniyah dkk., 2022). Salah satu media *digital marketing* adalah sosial media yang dirasa lebih efektif menjangkau seluruh lapisan masyarakat (Syifa dkk., 2021). Media sosial yang dapat digunakan untuk media digital marketing diantaranya adalah Instagram, facebook, TikTok dan lain-lain.

Tujuan *digital marketing* adalah mendapatkan pelanggan dan dapat dilakukan dengan cara berikut (Putri dkk., 2022):

- a. *Free traffic* , yaitu mendapatkan pelanggan tanpa melakukan pembayaran atau sponsor misalnya dengan menggunakan twitter dan marketplace
- b. *Paid traffic*, yaitu memperoleh pelanggan dengan membayar atau bersponsor, misalnya dengan menggunakan Facebook Ads dan Google Ads
- c. *Buyer* atau *customer* mengakuisisi *cost*, seperti yang digunakan oleh perusahaan Gojek. Cara ini dilakukan dengan memberikan *giveaway*, *cashback*, atau diskon dengan syarat mendapatkan data berupa kontak WhatsApp ataupun e-mail

Marketplace adalah platform yang digunakan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran global dan memungkinkan mencapai pasar yang lebih luas karena penjual dan pembeli dapat berinteraksi melalui situs internet sehingga berpotensi menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Hidayati dkk., 2021; Humairoh dkk., 2024). Contoh *marketplace* adalah shopee dan lazada (Taupiqqurahman dkk., 2022; Kharisma, 2024). Contoh lain dari *marketplace* adalah tokopedia dan olx.

3. Metode

Pelatihan dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal: Selasa, 15 April 2025

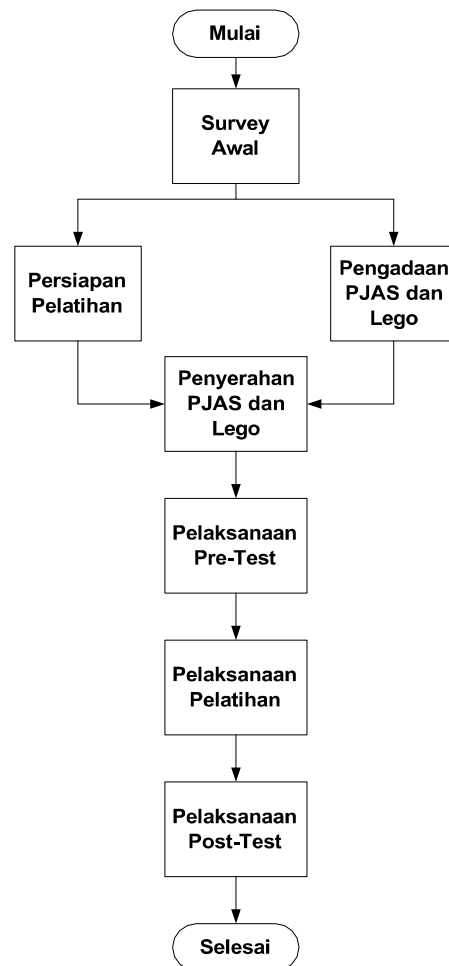
Pukul : 09.00 WIB – 11.00 WIB

Mitra : Paguyuban PPT Tunas Mulia

Alamat : Rusunawa Keputih Blok A, Keputih, Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur

Peserta : 25 orang wali murid anggota paguyuban PPT Tunas Mulia

Pelatihan dilaksanakan secara luring di PPT Tunas Mulia. Sebelum pelatihan, peserta diberikan pre-test untuk mengetahui pengetahuan awal peserta terhadap materi yang akan diberikan. Pemateri memberikan pelatihan dengan presentasi dan praktek secara langsung di depan para peserta. Para peserta diberikan modul pelatihan dan diminta membawa *smartphone* untuk langsung mempraktekkan materi yang diberikan. Materi yang diberikan meliputi *digital marketing* atau pemasaran digital dan *marketplace*. Setelah diberikan pelatihan, peserta diberikan post-test dengan soal yang sama dengan pre-test untuk melihat perubahan pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Selain pelatihan juga diserahkan secara langsung alat permainan lego pipa dan PJAS.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengmas

Gambar 1 adalah alur pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini diawali dengan survey awal yang dilakukan dengan wawancara kepada kepala PAUD Tunas Mulia. Survey ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan di PAUD Tunas Mulia. Dari hasil survey awal diperoleh informasi jika PAUD Tunas Mulia membutuhkan alat bermain yang dapat meningkatkan kemampuan motorik para siswanya. Selain itu juga dibutuhkan pemberian makanan tambahan (PJAS) sebagai upaya penguatan gizi bagi para siswa. Untuk para wali murid perlu diberikan pelatihan digital marketing sebagai salah satu upaya dan motivasi untuk mendapatkan penghasilan tambahan sehingga diharapkan dapat memperkuat ekonomi keluarga.

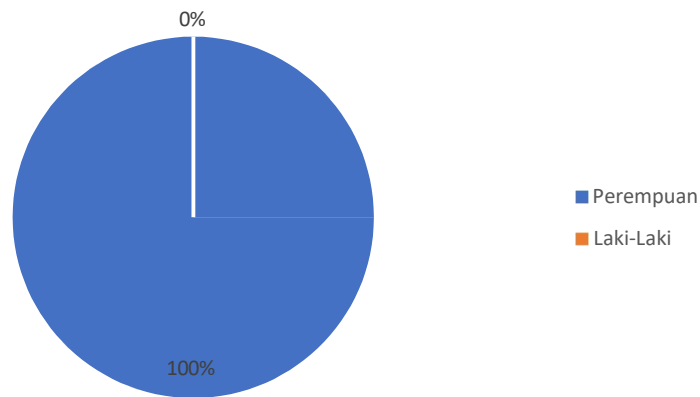
Setelah dilakukan pengadaan PJAS, lego dan persiapan pelatihan maka dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan diawali dengan penyerahan PJAS, lego dan pelaksanaan pre-test. Pelatihan diberikan langsung dengan praktek dan setiap peserta pelatihan diberikan satu buah modul pelatihan. Kegiatan

pengabdian masyarakat ini ditutup dengan pemberian post-test kepada para peserta pelatihan untuk melihat kenaikan nilai rata-rata sebelum dan setelah pelatihan.

3. Hasil dan Pembahasan

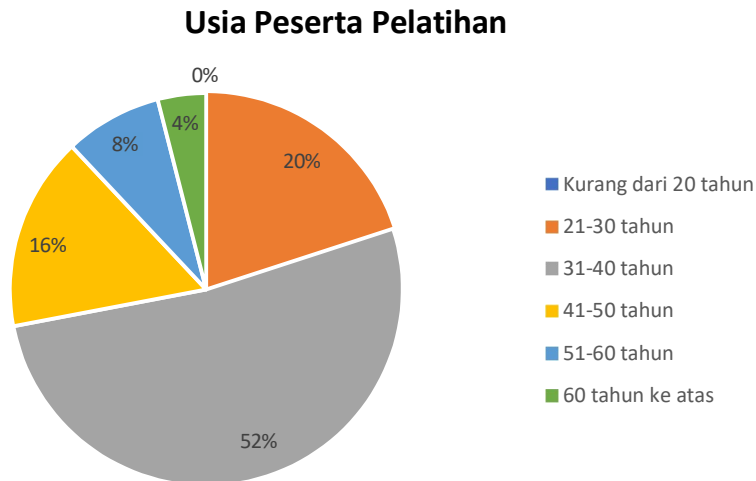
3.1. Demografi Peserta Pelatihan

Jenis Kelamin Peserta Pelatihan



Gambar 2. Jenis kelamin peserta pelatihan

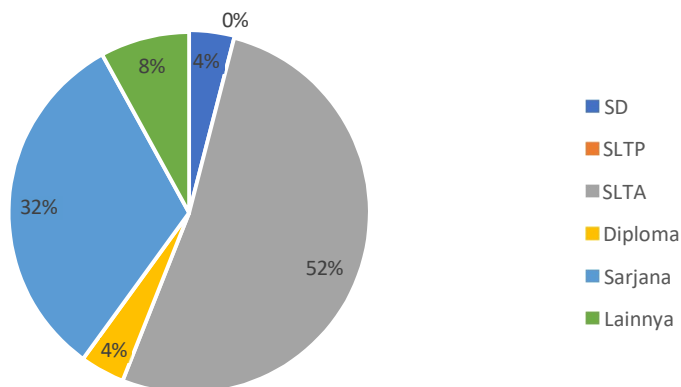
Pelatihan digital marketing ini diikuti oleh 25 peserta yang merupakan wali murid PPT Tunas Mulia. Dari Gambar 2 dapat dilihat bahwa keseluruhan peserta berjenis kelamin perempuan. Pemberdayaan perempuan di suatu wilayah merupakan salah satu aspek penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial di wilayah tersebut (Puspitasari dkk, 2024). Selain itu banyak perempuan juga menjadi salah satu pelaku UMKM di Indonesia sehingga kemudahan pemasaran produk UMKM dengan sistem digital marketing akan membantu meningkatkan perekonomian perempuan pelaku UMKM (Akhsaniyah, 2024).



Gambar 3. Usia peserta pelatihan

Berdasarkan Gambar 3 dapat diketahui bahwa usia peserta pelatihan mayoritas dalam rentang 31 tahun – 40 tahun sebanyak lebih dari 50%. Berdasarkan Kementerian Kesehatan rentang usia ini masuk kategori usia produktif (ayosehat.kemkes.go.id/kategori-usia/dewasa). Usia produktif adalah usia antara 15 tahun - 64 tahun, usia ini merupakan usia dewasa dan siap bekerja.

Tingkat Pendidikan Peserta Pelatihan

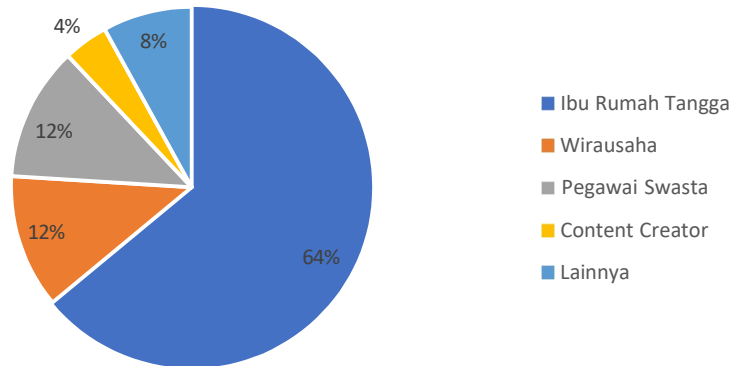


Gambar 4. Tingkat pendidikan peserta pelatihan

Gambar 4 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan terbanyak dari peserta pelatihan adalah SLTA kemudian disusul sarjana. Berdasarkan data pemerintah kota Surabaya, di Kelurahan Keputih tingkat pendidikan terbanyak adalah SLTA, disusul tidak/belum sekolah pada peringkat kedua dan Diploma IV atau Strata I pada

peringkat ketiga (pemerintahan.surabaya.go.id/kelurahan_keputih). Hal ini sesuai dengan data demografi dari para peserta pelatihan.

Jenis Pekerjaan Peserta Pelatihan



Gambar 5 Jenis pekerjaan peserta pelatihan

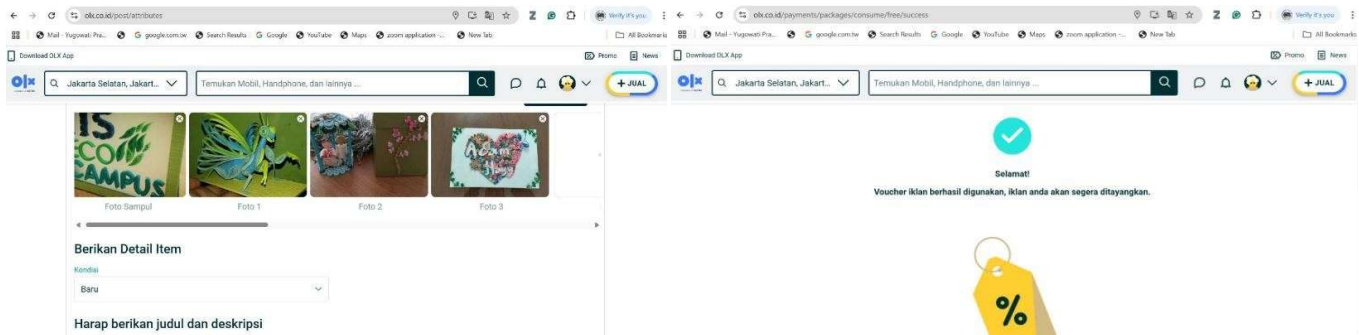
Jenis pekerjaan peserta pelatihan terbanyak berdasarkan Gambar 5 adalah ibu rumah tangga, disusul wirausaha dan pegawai swasta. Perempuan juga dapat berperan dalam membantu kestabilan ekonomi keluarga (Ponirah dkk., 2024). Tujuan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dari anggota paguyuban terutama wali murid perempuan mengenai *digital marketing* di era digital seperti sekarang ini.

3.2. Materi dan Hasil Pelatihan.

Materi yang diberikan kepada para peserta pelatihan meliputi:

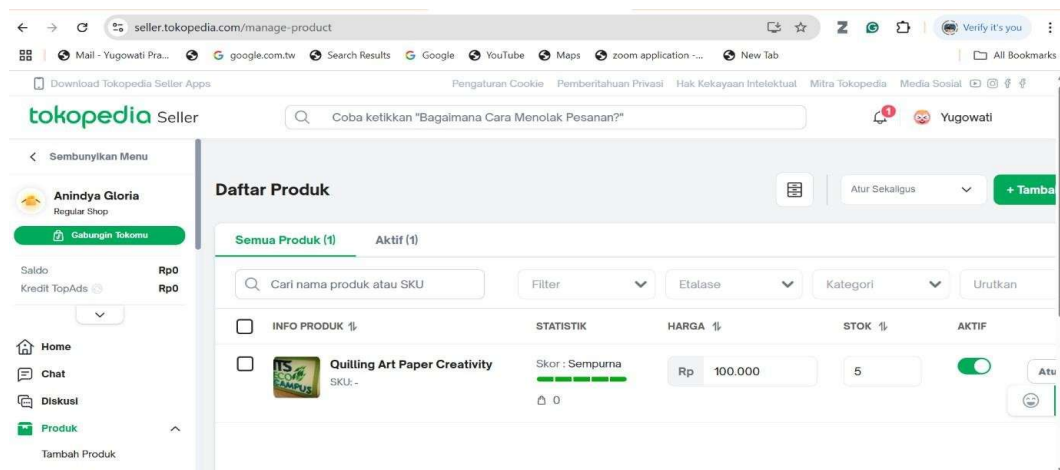
1. Definisi dari pemasaran digital
2. Manfaat pemasaran digital bagi UMKM
3. Definisi media pemasaran digital
4. Jenis-jenis media pemasaran digital
5. Definisi marketplace serta hubungannya dengan pemasaran digital
6. Contoh-contoh *marketplace*
7. Cara memasarkan produk secara digital
 - a. Pemasaran produk secara digital melalui olx
 - b. Pemasaran produk secara digital melalui Tokopedia
 - c. Pemasaran produk secara digital melalui Instagram

Gambar 6, 7 dan 8 masing-masing adalah contoh-contoh produk yang berhasil diunggah di olx, Tokopedia dan Instagram selama pelatihan. Contoh-contoh produk yang diunggah adalah *paper quilling art* yang telah dipersiapkan sebelum pelatihan.



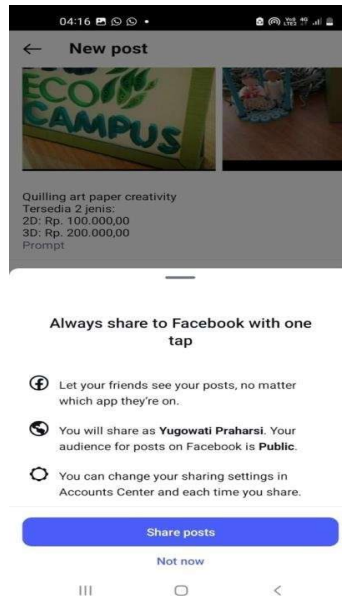
Gambar 6. Contoh produk yang diunggah di olx

Berdasarkan Gambar 6, sebelum produk diunggah di olx maka para peserta pelatihan harus membuat akun terlebih dahulu. Setelah membuat akun, para peserta dapat memilih kategori produk yang akan dijual melalui olx. Selanjutnya kategori produk dipilih kemudian foto dari produk yang telah disiapkan sebelumnya diunggah ke olx.



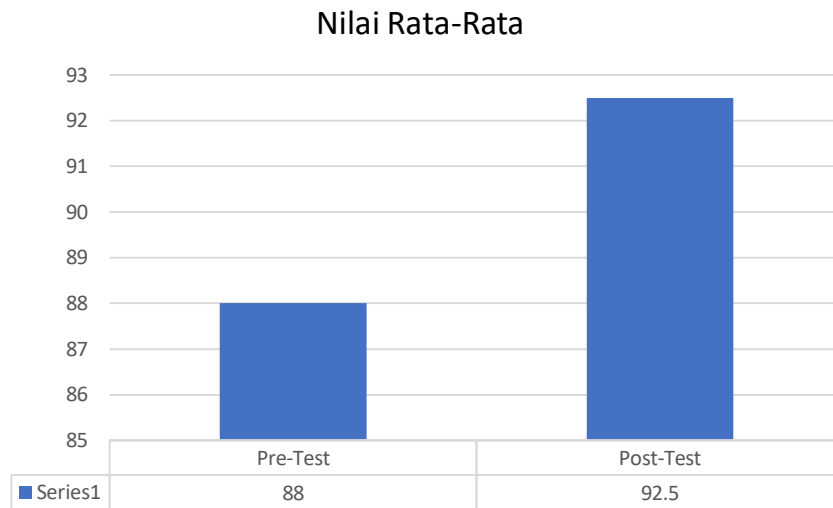
Gambar 7. Contoh produk yang diunggah di Tokopedia

Gambar 7 adalah contoh produk yang berhasil diunggah di Tokopedia. Tata cara mengunggah foto produk di olx dan Tokopedia secara garis besar hampir sama. Dimulai dengan pembuatan akun di masing-masing *platform marketplace*, pemberian keterangan terkait spesifikasi produk hingga mengunggah produk.



Gambar 8. Contoh produk yang diunggah di Instagram

Instagram adalah salah satu sosial media yang dapat digunakan sebagai media promosi produk secara online. Gambar 8 menunjukkan contoh foto produk yang telah berhasil diunggah ke Instagram. Instagram juga terhubung ke media sosial yang lain yaitu facebook dan threads. Jadi jika peserta pelatihan menyeting supaya foto produk tersebut juga terhubung di facebook dan threads maka foto dari produk tersebut akan terunggah di facebook dan threads.



Gambar 9 Nilai rata-rata pre-test dan post-test

Berdasarkan Gambar 9 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata post-test mengalami kenaikan dari nilai rata-rata pre-test sebesar 5.11%. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat kenaikan pengetahuan para peserta pelatihan. Pelatihan tidak hanya

diberikan secara teori tetapi juga dipraktikkan oleh para peserta sehingga sangat membantu menambah pemahaman para peserta pelatihan.

3.3. Dokumentasi Pelatihan



Gambar 10. Dokumentasi pelatihan

Gambar 10 adalah dokumentasi kegiatan selama pelatihan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh enam orang dosen dari Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya. Keenam dosen tersebut berasal dari Jurusan Teknik Permesinan Kapal dan Teknik Bangunan Kapal. Kegiatan ini juga dibantu oleh satu mahasiswa dari Jurusan Teknik Permesinan Kapal. Materi pelatihan pemasaran digital diberikan oleh salah satu dosen dari Program Studi Manajemen Bisnis yang berada di bawah Jurusan Teknik Bangunan Kapal.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pemberian pelatihan pemasaran digital, hibah alat permainan lego pipa dan penyerahan PJAS telah terlaksana dengan baik oleh tim pengmas PPNS. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test dapat disimpulkan bahwa para peserta pelatihan mengalami kenaikan pengetahuan terhadap materi pelatihan yang dibuktikan dengan kenaikan nilai rata-rata post-test terhadap pre-test.

Ucapan terima kasih

Terima kasih kepada Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui pendanaan DIPA tahun 2025. Terima kasih kepada mitra kegiatan pengabdian masyarakat yaitu paguyuban PPT Tunas Mulia Keputih Surabaya atas penyediaan waktu dan tempat untuk pelaksanaan pelatihan dalam rangka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Akhsaniyah. (2024). Komunikasi Digital untuk Perempuan dalam Bisnis Online. *Al-Huwiyyah Journal of Woman and Children Studies*, 4, 2, 157-171. <http://dx.doi.org/10.24042/jwcs.v4i2.24099>
- Budiman, Sujiroh (2022). Reseller And Dropship Analysis In Online Business According To Sharia Economic Perspective. *Aksioma Al-Musaqoh Jurnal of Islamic and Business Studies*, 5, 2. <https://doi.org/10.55171/jam.v5i2.753>
- Chusniyah, I., Fauza, N. (2021). Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Di Masa Pandemi. *Jurnal Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2, 2, 138-149. <https://doi.org/10.54471/khidmatuna.v2i2.1582>
- Forijati, Rr., Sugiono, Anas, M., Muchson, M., Subagyo, Winarsih, T. (2022). Pelatihan Digital Marketing Ibu Rumah Tangga Pelaku Usaha Mikro di Kelurahan Pojok Kota Kediri. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*. 6, 3, 573-580. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i3.17040>
- Hendriadi, A.A., Sari, B.N., Padilah, T.N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*. 4, 2, 120-124. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Hidayati, U., Aw, S., Wisataone V., Fathinah, N. S., Fathinah, P.D. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital Melalui Marketplace Bagi Ibu Rumah Tangga. *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*. 11, 1, 38-44. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.53105>
- Humairoh, F., Dasopang, A.A., Sinambela, R. T. B., Deswita, K., Febrianty, I., Sirait, D. J., Siburian, S. D. P., Balqhis, Y., Wira, R. B., Angelina, N. E., Suranta, A. (2024). Pelatihan Marketplace Dan E-Commerce pada UMKM di Desa Labuhan Tangga Kecil. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 3, 187-191. <https://doi.org/10.54951/comsep.v5i3.692>
- Kelompok Usia. Retrieved April 20, 2025, from <https://ayosehat.kemkes.go.id/kategori-usia/dewasa>.
- Kelurahan Cinta Statistik Surabaya. Retrieved April 20, 2025, from https://pemerintahan.surabaya.go.id/kelurahan_keputih.
- Kharisma, R. S., Yudaningsar, K. S., Wardhana, R., Andiyansari, P., Maparoja, W., Yancandra, Y. E., Fitriyani, A., Aprilian, S., Asmoro, H. P., Nusantara, D. P. (2024). Pelatihan Marketplace Online untuk UMKM Kerajinan Perak Kotagede. *Prosiding Seminar Nasional Corisindo*. Bandung. 610-615.

- Ponirah, A., Sakinah G, Sari, Y. T. P. (2024). Perempuan dalam Ketahanan Ekonomi: Upaya Peningkatan Kualitas Keluarga. *Az-Zahra: Journal of Gender and Family Studies*, 4, 2, 133-149. <https://10.15575/azzahra.v4i2.24171>
- Puspitasari, H. A. R., Fitirinda, T. D., Abdillah, G. S., Rahman, I., Kartika, D. S. Y. (2024). Pemberdayaan Perempuan Desa Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kewirausahaan Lokal. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2, 5, 185-191. <https://doi.org/10.61722/japm.v2i5.2480>
- Putri, A.P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Salsabila, Muniroh, T. U., Riandani, R., Mulyani, E., Yasshyka, A., Listiana, A. P., Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3, 2, 828-839. <https://doi.org/10.55338/jpkmn>
- Shihab, B.A.A., Mugiyono. (2023). Pengaruh Ekonomi Keluarga Terhadap Pendidikan Anak. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 5, 1, 467-472. <https://doi.org/10.55338/saintek.v5i1.1399>.
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., Dianastiti, F. E., Tidar, U. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *Abdipraja*. 2, 1, 6-13. <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v2i1.3602>
- Taupiqqurahman, Dirkareshza, R., Ramadhani, D. A., Hindira, R. (2022). Pelatihan Pembuatan Akun Marketplace Bagi Pelaku Umkm Dalam Mendukung Peningkatan Perekonomian Desa Di Kabupaten Indramayu. *Abdi Masyarakat*, 4, 2, 152-157. <http://dx.doi.org/10.58258/abdi.v4i2.4165>
- Witjaksana, B., Windreis, C., Kasman, H., Efita, W., Efendi, B. (2023). E-Commerce Untuk Usaha Kecil: Memulai Bisnis Online Anda Sendiri. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian masyarakat di terbitkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) Universitas Pahlawan*. 4, 5, 10497-10505. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i5.21545>.
- Yanto. (2021). Peran Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga di Desa Sungai Ringin Kabupaten Sekadau. *Prosiding Seminar Nasional SATIESP*. Kalimantan Barat. 1-7.