

## Pelatihan Pengelolaan Media Sosial dalam Meningkatkan Pemasaran Online Olahan Produk Nanas Pada Usaha Mikro Desa Tangkit Baru

Besse Wediawati <sup>\*1</sup>, Rike Setiawati <sup>2</sup>, Shofia Amin <sup>3</sup>, Fitri Widiastuti <sup>4</sup>, RTS Ratnawati <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317

<sup>1</sup>) Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, <sup>2,3,4,5</sup>) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

email : <sup>\*1</sup> widya\_anwary@yahoo.com, <sup>2</sup> rike\_setiawati@unja.ac.id, <sup>3</sup> Shofia\_amin@unja.ac.id, <sup>4</sup>fitri\_widiastuti@unja.ac.id, <sup>5</sup> RTS\_ratnawati@unja.ac.id

### Abstrak

*Pemasaran online merupakan suatu aktivitas yang tidak dapat diabaikan di era bisnis digital bagi usaha Mikrokecil sebagai suatu strategi untuk memperluas jaringan pemasaran menggunakan berbagai media digital/sosial. Kegiatan Pengabdian ini bertujuan membantu memecahkan problem rendahnya literasi digital dan masalah pemasaran usaha Mikro yang masih terbatas karena masih mengandalkan pemasaran konvensional (offline). Solusi yang dilakukan adalah fasilitasi pelatihan literasi digital dan pemasaran melalui media sosial (Online). Mitra peserta pelatihan ini adalah kelompok Usaha pengolahan nenas di Desa Tangkit Baru yaitu Kelompok Abadi Group sebanyak 10 Usaha mikro. Metode yang digunakan adalah metode ceramah, diskusi/tanyajawab, demonstrasi/simulasi serta praktek langsung dalam pembuatan dan editing foto dan video serta memposting ke media sosial yang relevan bagi SAHA MIKRO untuk pemasaran online mereka. Luaran kegiatan ini berupa meningkatnya literasi digital terkait pemanfaatan media sosial untuk memperluas akses pemasaran online di kelompok mitra.*

**Kata kunci:** Media Sosial, Pemasaran Online, Usaha Mikro, Olahan Nanas, Desa Tangkit

### Abstract

*Online marketing is an activity that cannot be ignored in the digital business era for micro and small businesses as a strategy to expand marketing networks using various digital/social media. This service activity aims to help solve the problem of low digital literacy and the problem of marketing for micro businesses which is still limited because they still rely on conventional (offline) marketing. The solution is to facilitate digital literacy training and marketing via social media (Online). The partners for this training are the pineapple processing business group in Tangkit Baru Village, namely the Abadi Group of 10 micro businesses. The methods used are lecture, discussion/question and answer, demonstration/simulation as well as direct practice in making and editing photos and videos as well as posting them to social media that are relevant for micro businesses for their online marketing. The output of this activity is increasing digital literacy related to the use of social media to expand access to online marketing in partner groups*

**Keywords:** Social Media, Online Marketing, Processed Pineapple Micro Business, Tangkit Baru Village

### 1. PENDAHULUAN

Kabupaten Muaro Jambi merupakan Kabupaten yang memiliki luas area pertanian nenas terbesar di Jambi. Pada tahun 2019, Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jambi, pertanian nenas Kabupaten Muaro Jambi mencapai produktivitas 1.017,855 Kw/Ha dengan jumlah pohon nenas lebih dari 10.178.576. Dari total luas ini, 99,95% berada di Kecamatan Sungai Gelam dimana terdapat Desa Tangkit Baru yang terkenal sebagai desa sentra nenas. Selain di jual langsung dalam bentuk buah segar, Desa Tangkit juga terkenal dengan berbagai produk olahan nenas seperti dodol nenas, sirup nenas, selai nenas, nenas goreng, keripik nenas dan aneka camilan ringan yang terbuat dari irisan tipis buah nenas yang dikeringkan. Produk olahan nenas dari Sentra Nenas Desa Tangkit ini cukup populer di daerah Jambi dan sekitarnya, bahkan sudah dijual ke berbagai provinsi tetangga seperti Palembang dan Riau. Di desa Tangkit, usaha pengolahan produk nenas diorganisir menjadi kelompok-kelompok usaha. Salah satu kelompok usaha yang produktif adalah Kelompok Usaha Abadi Group. Kelompok ini terdiri atas sepuluh unit usaha Mikrokecil yang memproduksi berbagai macam produk olahan nenas. Kelompok Usaha Abadi Group ini didirikan sejak mulai 3 tahun lalu, namun merk produk nya belum terlalu dikenal oleh masyarakat seperti merk

produk dodol nenas tulimario yang juga berasal dari Desa Tangkit. Hal ini disebabkan beberapa masalah sehingga kelompok usaha ini tidak berkembang optimal. Berdasarkan hasil diskusi dengan pengurus kelompok Abadi Group, secara spesifik permasalahan yang mengemuka terkait pemasaran adalah pemasaran yang masih mengalami keterbatasan. Dimana usaha mikro kelompok ini masih mengandalkan cara-cara pemasaran konvensional seperti memasarkan sendiri ke toko atau menitipkannya ke supermarket. Sehingga pemasarannya masih terbatas baik dalam hal jumlah omzet maupun dalam hal area pemasaran.

Usaha mikro kelompok ini belum memiliki mindset bisnis di era digital, dalam artian tingkat literasi bisnis digitalnya masih rendah. Dimana hampir semua anggota kelompok tidak memiliki dan tidak menggunakan akun medsos sebagai media promosi merk produk atau usahanya. Dari 10 usaha mikro sebanyak enam usaha mikro tidak memiliki pengetahuan cara pengoperasian internet yang efektif. Sehingga hampir semua aktivitas pemasaran dilakukan masih dengan menggunakan cara tradisional dan dominan pada pemasaran offline, seperti memajang produk di pajang (display) toko di depan rumah mereka, menitipkan di toko atau supermarket, atau menitipkan produk-produk yang dihasilkan ke toko-toko terdekat. Namun cara ini menanggung beban biaya tinggi karena sistem konsinyasi dimana produk dititip, baru dibayar jika barang sudah laku (sistem bayar mundur), sementara usaha mikro pengolahan produk nenas ini tingkat perputaran kas nya sangat tinggi. Sehingga jika perputaran tidak cepat, mereka akan kesulitan arus kas (cashflow).

Usaha Mikro anggota Kelompok Usaha Abadi Group sepenuhnya belum adaptable dengan pergeseran paradigma pemasaran online, dimana saat ini sudah terjadi perpindahan penjualan di internet dimana awalnya dulu terpusat di twitter atau facebook, sekarang sudah berpindah haluan melalui instagram. Hanya empat usaha mikro dari 10 usaha mikro memiliki akun instagram. Akun ini belum digunakan untuk aktivitas pemasaran online bagi produk usahanya, saat ini sudah digunakan untuk posting namun masih terbatas pada postingan pribadi. Sehingga baik upaya promosi sosial dan branding produk usaha mikro kelompok Abadi Group ini dapat dikatakan belum dilakukan dan masih jauh dari optimal.

Problem kedua adalah letak geografis dari usaha mikro Kelompok Usaha Abadi Group yang cukup jauh dari pusat kota, lebih kurang 1 jam dari Kota Jambi. Sementara, basis penjualan produk olahan nenas ini adalah di Kota Jambi, sehingga hal ini turut menghambat perkembangan bisnis usaha mikro kelompok Abadi Group. Ini menimbulkan biaya transportasi dan mengurangi keuntungan dan lebih lanjut mempengaruhi kinerja bisnis usaha mikro ini. Sesuai dengan konsep ekosistem bisnis digital di era revolusi industri 4.0 dimana segala sesuatunya terkoneksi dengan internet (internet of things) maka literasi digital khususnya bagi usaha mikro terkait dengan pemasaran online menjadi sebuah keniscayaan, sehingga jarak yang jauh, lokasi yang terpencil bukan masalah, sepanjang akses internet dapat menjangkau lokasi tersebut, kegiatan pemasaran dapat dilakukan optimal melalui pemasaran online sepanjang usaha mikro tersebut literasi digitalnya memadai untuk melakukan aktivitas pemasaran online.

Terkait hal tersebut, maka solusi konkrit yang ditawarkan oleh Tim Pengabdian untuk menyelesaikan sejumlah permasalahan mitra tersebut benar-benar bersifat bottom-up, digali dari mitra pada saat curah gagasan dan disepakati bersama. Adapun solusi yang muncul berbasis pada problem yang dihadapi oleh mitra sehingga diharapkan berdampak senyatanya terhadap perluasan wilayah pemasaran usaha mikro mitra melalui pemasaran online menggunakan media sosial.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Lokasi dimana usaha mikro mitra berada yaitu di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam. Kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahapan, yaitu tahapan persiapan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi kegiatan. Kegiatan ini akan dimulai pada bulan April hingga bulan Oktober tahun 2023. Kegiatan Pengabdian ini dilakukan dalam bentuk pelatihan dalam rangka mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada usaha mikro mitra berupa pelatihan literasi digital, pelatihan pemasaran digital berupa re-branding dan packaging untuk meningkatkan nilai jual produk serta strategi pemasaran online melalui media sosial. Adapun metode yang diterapkan adalah metode participant learning center atau pelatihan partisipatif dimana peserta pelatihan terlibat aktif dalam keseluruhan proses pelatihan mulai dari pra-pelatihan hingga sampai pada tahapan evaluasi pelatihan (Quinn & Bunderson, 2016). Dalam pelatihan ini, usaha mikro mitra akan berpartisipasi aktif dipandu oleh Tim Pelatih. Metode ini memadukan ceramah, diskusi dan tanya jawab, demonstrasi, simulasi dan praktek langsung. Rangkaian proses pelatihan disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Masalah, Solusi dan Target Luaran**

Masalah	Solusi	Target/Luaran
Literasi digital rendah	Pelatihan literasi digital	Meningkatnya literasi digital mitra usaha mikro
Merk belum sesuai kaidah branding	Pelatihan rebranding	Meningkatkan kesadaran usaha mikro tentang Branding yang sesuai kaidah pemasaran
Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran usaha mikro mitra relatif masih rendah	Pelatihan pengelolaan media sosial dalam meningkatkan pemasaran online	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mitra memiliki akun media sosial aktif</li> <li>2. Mitra memahami aplikasi media sosial yang dapat dipergunakan untuk memasarkan produk mereka</li> <li>3. Mitra mampu memposting foto/video/brand atau iklan produk mereka ke media sosial.</li> </ol>

Mitra yang terlibat dalam pengabdian ini adalah usaha mikro kelompok usaha Abadi Group di Desa Tangkit. Kelompok ini berkontribusi memfasilitasi tempat pelatihan dan memfasilitasi komunikasi antara pelaksana dengan anggota kelompok usaha mikro mitra yang berjumlah sepuluh usaha mikro dan juga membantu koordinasi dengan pemerintahan desa setempat dalam hal ini yaitu kepala desa dan perangkatnya terkait aktivitas pengabdian di wilayah kerja Desa Tangkit Baru.

Kegiatan pelatihan dikatakan berhasil jika setelah kegiatan pelatihan ini:

- 1) Usaha mikro mitra dapat melakukan re-branding dan menghasilkan brand yang sesuai dengan kaidah pemasaran digital untuk mengiklankan produknya serta mampu mengevaluasi kemasan produk mereka yang telah ada selama ini dan merencanakan pengemasan yang lebih menarik dari kemasan sebelumnya.
- 2) Literasi digitalnya usaha mikro mitra meningkat yang dapat dilihat dari dua indikator, pertama 1) memiliki aplikasi media sosial minimal tiga yaitu whatsapp, instagram dan tiktok sebagai sarana promosi online, 2) mampu menggunakan media sosial tersebut untuk promosi online seperti memposting iklan yang telah mereka buat, melayani pelanggan dan membuat hubungan dengan pelanggan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pelatihan Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemasaran Online Olahan Produk Nanas Pada Usaha Mikro di Desa Tangkit Baru dilaksanakan dengan rangkaian kegiatan sebagai berikut:

- 1) Koordinasi dengan ketua Kelompok Usaha Abadi Group Ibu Zamzam dan Ketua Bidang pengembangan kelompok Ibu Siti Aminah terkait jadwal pelaksanaan program dan hal-hal lain yang relevan untuk melancarkan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan koordinasi ini dilakukan pada tanggal 12 Agustus 2023 dengan dihadiri oleh Ibu Ketua kelompok Usaha Abadi Group dan beberapa orang anggotanya di sekretariat Abadi Group. Hasil koordinasi ini menyepakati hari dan tempat pelaksanaan kegiatan pelatihan
- 2) Pelatihan Pengelolaan Media Sosial dalam meningkatkan pemasaran online olahan produk nanas pada usaha mikro di Desa Tangkit Baru dilaksanakan pada hari tanggal 20-21 Agustus 2023, bertempat di sekretariat Kelompok Usaha Abadi Group, Parit 4 Desa Tangkit Baru.

Pelatihan dilaksanakan dalam beberapa sesi yaitu sesi 1 mengenai pengetahuan tentang literasi digital. Materi ini diberikan kepada usaha mikro mitra bertujuan untuk memberikan wawasan kepada anggota kelompok usaha tentang makna dan pentingnya literasi digital di era industri 5.0 saat ini dimana semua serba terdigitalisasi, dan bahwa pengetahuan tentang literasi digital adalah sebuah keniscayaan jika ingin tetap eksis di dunia bisnis. Materi ini diberikan berdasarkan hasil pengalaman sejumlah kegiatan pengabdian seperti pengabdian Muzakki, dkk (2022), Murtadho, dkk (2022) dan Suartini dkk (2023) yang menyatakan bahwa literasi digital sangat berperan penting dalam pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah. Peserta antusias dengan materi ini dan mengajukan sejumlah pertanyaan terkait literasi digital. Pesertapun menyadari bahwa literasi digital mereka masih tergolong rendah dan sangat perlu ditingkatkan khususnya terkait penggunaan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan usaha dan produk olahan nanas mereka. Materi ini dihantarkan dengan metode Ceramah, Curah gagasan (brainstorming), Ice breaking, serta diskusi.

Pelatihan dilanjutkan pada sesi 2 yaitu pelatihan pembuatan merk dan pengemasan produk. Pelatihan sesi 2 ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merk (branding) bagi usaha mikro kelompok usaha Abadi Group. Melalui materi ini usaha mikro dapat memahami cara membranding produk mereka dengan melalui copywriting/iklan produk serta mampu mendesain kemasan yang menarik. Melalui merek memudahkan penjual untuk mengelola pesanan, memberi perlindungan hukum, memungkinkan menarik sekelompok pembeli, serta membantu penjual melakukan segmentasi pasar. Selain itu, manfaat merek bagi penjual adalah membantu mereka mengidentifikasi produk tertentu yang menjadi pesaing utamanya. Alasan paling penting dari branding adalah membuat masyarakat menjadi sadar akan kehadiran brand produk olahan nenas kelompok usaha abadi group. Salah satu elemen paling penting dari branding adalah logo, karena logo merupakan wajah dari Usaha/perusahaan. Selain branding, juga diberikan materi tentang kemasan. Kemasan adalah pembungkus barang dari luar yang bertujuan melindungi isi di dalamnya. Tujuan pemberian materi ini agar kelompok mitra dapat memahami bahwa kemasan merupakan wadah atau pembungkus yang berguna untuk menyiapkan barang agar siap untuk ditransportasikan, didistribusikan, disimpan, dijual, dan digunakan. Dengan adanya kemasan, produk di dalamnya akan terlindungi. Pemberian materi ini didasarkan pada pengalaman sejumlah pengabdian Sulistiono dkk (2020), Lestari dkk (2020) serta Setiawati dkk (2022) bahwa pelatihan merk dan kemasan dapat Meningkatkan Kesadaran Merek dan kemasan bagi usaha mikro untuk meningkatkan daya saing bisnis di era digital. Saat ini kemasan sejumlah produk dari anggota sudah cukup memenuhi kaidah, dimana sudah terdapat merk produk, kandungan produk (ingredient), Kemasan terbuat dari aluminium foil, tidak bersifat toksik dan beresidu terhadap pangan-minuman. Kemasan sejumlah produk sudah mampu menjaga bentuk, rasa, kehygienisan, dan gizi bahan pangan. Pada kemasan produk sudah tercantum label Halal dan izin BPOM serta no kontak yang dapat dihubungi untuk pemesanan.

Berikut kemasan dan merk produk dari kelompok usaha Abadi Group.



**Gambar 1** Merk dan Kemasan Produk Olahan Nanas Kelompok Abadi Jaya Group

Pelatihan berikutnya pada Sesi 3 yaitu Pelatihan pengelolaan media sosial. Pelatihan ini bertujuan untuk dapat memberikan pengetahuan kepada mitra mengenai penggunaan media sosial seperti whatsapp, instagram dan tiktok untuk memasarkan produk mereka dengan menyiapkan foto produk, copywriting dan video produk yang akan diposting di media sosial yang dimiliki oleh usaha mikro. Mitra memahami aplikasi media sosial yang dapat dipergunakan untuk memasarkan produk dan usaha mikro mitra mampu memposting foto, video, iklan produk

mereka ke media sosial. Materi disesi ini mengenalkan konsep digital marketing seperti konten yang menarik, iklan yang menarik, jam utama posting, tehnik mendata serta melayani konsumen dan pelanggan berikut aplikasi yang digunakan. Materi ini diberikan berdasarkan hasil dari sejumlah kegiatan pengabdian Wediawati dkk (2022); Indrawijaya dkk (2022) menunjukkan bahwa pelatihan media sosial dapat mendinamisir usaha mikro dalam memperluas jangkauan pemasaran usaha mikro di era digital ini.

Materi mencakup strategi pemasaran online, pengelolaan media sosial, serta tips untuk menarik perhatian pelanggan melalui platform digital. Dengan pemaparan yang komprehensif, Pemateri memberikan wawasan tentang bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Pelatihan juga mencakup sesi praktik langsung, termasuk pengambilan foto dan pembuatan video produk beserta teknik editing. Sesi ini dibantu oleh lima mahasiswa dari Program Studi Bisnis Digital yang ikut serta dalam kegiatan pengabdian ini. Peran aktif mahasiswa dalam praktik ini memberikan sentuhan segar dan ide-ide kreatif terkini dalam mengelola konten visual untuk media sosial usaha mikro mitra. Pada Sesi praktek. Anggota kelompok mitra diminta menginstal sejumlah aplikasi untuk pembuatan dan editing foto produk dan video seperti aplikasi snapchat, photoroom dan capcut.



**Gambar 2.** Praktek Membuat Video Produk di pandu oleh Mahasiswa Prodi Bisnis Digital

Metode yang digunakan adalah ceramah dan juga Praktek langsung/Simulasi. Hasil pelatihan ini, peserta mengetahui cara membuat foto produk dan video yang menarik dan kreatif, serta dapat menggunakan aplikasi pendukung untuk pembuatan foto dan video produk. Lebih lanjut foto dan video produk ini dapat mereka posting di media sosial mereka seperti whatsapp, Instagram dan facebook. Selama pelatihan, peserta dari 10 UMKM Desa Tangkit Baru memiliki kesempatan untuk bertanya, berdiskusi, dan berbagi pengalaman dengan para pemateri serta mahasiswa. Interaksi ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan strategi pemasaran online dalam bisnis mereka.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan judul Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemasaran Online Olahan Produk Nanas Pada usaha mikro di Desa Tangkit Baru telah selesai dilaksanakan. Sejumlah hal dapat disimpulkan dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu:

- 1) Kegiatan PPM FEB UNJA dalam hal ini tim PPM dengan judul sebagaimana tersebut dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Wirausaha mikro Anggota Kelompok Usaha Abadi Group yang merupakan usaha mikro kecil pengolahan buah nanas di Desa Tangkit Baru yang terdiri dari 10 orang yang keseluruhannya adalah perempuan (ibu-ibu) sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan yang diadakan yaitu pelatihan literasi digital, pelatihan branding dan pelatihan pemanfaatan media sosial. Antusiasme ini ditunjukkan melalui kedatangan tepat waktu, dan setiap peserta aktif mengikuti materi, curah gagasan, diskusi, ice breaking, tanya jawab serta simulasi dan praktek pembuatan foto dan video produk yang menarik, kreatif dan komersial. Semua peserta mengikuti acara pelatihan hingga selesai.

- 2) Kegiatan PPM ini diharapkan dapat dilaksanakan berkesinambungan karena pemasaran digital melingkupi banyak hal. Pemanfaatan media sosial merupakan salah satu bagian dari pemasaran digital sehingga diharapkan materi materi lain juga dapat diberikan seperti Search engine optimization, email marketing dan upaya pemasaran digital lainnya, agar mitra dapat menerapkan pemasaran digital yang beragam untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Untuk ini secara khusus ketua kelompok menyampaikan agar kegiatan ini berlangsung secara berkesinambungan dan Tim PPM diminta menjadi pembina usaha mikro kelompok usaha ini.

## 5. SARAN

Hal yang dapat disarankan untuk dari hasil kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Perlu pendampingan usaha dalam hal pemasaran digital kepada kelompok usaha secara intensif untuk menguatkan motivasi dan senantiasa melakukan praktek pemasaran digital sebagai strategi aktif untuk memasarkan produk mereka dan menjangkau pasar yang lebih luas.
- 2) Perlu dibentuk kelompok Usaha bersama untuk memudahkan pengajuan kerjasama kemitraan dengan pihak eksternal seperti dinas pemerintah terkait yang relevan misalnya dinas koperasi dan UMKM, dinas perindustrian dan perdagangan serta pihak perbankan, karena berdasarkan dari hasil diskusi dengan anggota kelompok, sebagian besar anggota kelompok mengalami masalah keterbatasan modal.
- 3) Kelompok Mitra ini memerlukan materi pembinaan lebih lanjut terkait pengelolaan keuangan serta pelaporan keuangan. Untuk ini disarankan bagi TIM PPM dapat melanjutkan kegiatan PPM yang relevan untuk meningkatkan literasi keuangan kelompok mitra.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih diucapkan kepada Universitas Jambi yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini melalui melalui Dana DIPA-Universitas Jambi Tahun Anggaran 2023, Surat Keputusan Rektor 1722/UN21/PM/2023 Tanggal 18 April 2023, Sesuai Surat Perjanjian Kontrak Penelitian Kelompok LPPM Skema Penelitian Terapan Unggulan Universitas Jambi Nomor: 850/UN21.11/PM.01.01/SPK/2023, tanggal 27 April 2023.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affif, F., 2012. Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif. Rangkaian Kolom Kluster I, Volume 1.
- Amin, S., Widiastuti, F., Fitriaty, 2019. What the Meaning of Success in Female Entrepreneurs' Perceptions? An Interview-Based Study. *International Journal of Human Resource Studies* ISSN 2162-3058 2019, Vol. 9, No. 4
- Bahren, B., Hidayat, H.N.N., Sudarmoko, S. and Setyaka, V., 2014. Industri Kreatif Berbasis Potensi Seni Dan Sosial Budaya Di Sumatera Barat. *Ekspresi Seni*, 16(1), pp.133-155
- Badan Pusat Statistik (2018), Kabupaten Muaro Jambi dalam Angka 2018, BPS Muaro Jambi.
- Lestari, Sri, Rosalin Samihardjo, and RAE Virgana Targa Sapanji. "Pelatihan Brand Identity Untuk UMKM: Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing di Era Digital." *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6.2 (2023): 490-499.
- Indrawijaya, S., Solikhin, A., Fazri, A., Roza, S., & Syafri, R. A. (2022). Pelatihan Pemasaran Online Bagi Anggota Karang Taruna dan Ibu Ibu PKK di Desa Sumber Jaya Kecamatan Kumpuh Ulu Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi Dan Dharma Bagi Masyarakat*, 4(2), 52-55. <https://doi.org/10.22437/jitdm.v4i2.22965>
- Muzakki, M. I., Suryani, R. ., Fauziah, N. ., Qiblatul Asidin, T. A. ., Muchtar, M. F. ., & Arlita, N. F. . (2022). Pentingnya Edukasi Literasi Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro. *Jurnal Haspi: Jurnal Pengabdian Hasil Implementasi Dan Diseminasi Masyarakat*, 1(01), 1-8. Retrieved from <https://ip2i.org/jip/index.php/haspi/article/view/18https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.265>
- Murtadho, F., Eriyani, R., Anwar, M. ., Haikal, M. S. ., Azmuna, N. F. ., & Ayu, D. P. . (2022). Pemberdayaan Literasi Digital bagi Pelaku UMKM Kelurahan Bahagia, Babelan, Bekasi. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1-10. <https://doi.org/10.55506/arch.v2i1.40>
- Octavia, Ade., Sriyudha, Yayuk, Perdana, Ade., & Widiastuti, Fitri (2018). Peningkatan Daya Saing Produk Unggulan Daerah Melalui Kegiatan Pelatihan Dan Pendampingan Usaha Kerupuk Ikan Di Kecamatan Pelayangan Seberang Kota Jambi. *E-Prosiding PKMCSR*.
- Quinn, R. W., & Bunderson, J. S. (2016). Could We Huddle on This Project? Participant Learning in Newsroom Conversations. *In Journal of Management* (Vol. 42, Issue 2). <https://doi.org/10.1177/0149206313484517>
- Setiawati, R., Wediawati, B., Amin, S., Yacob, S., & Syafri, R. A. (2022). Pendampingan Scale Up Usaha Bagi Ibu-Ibu Keluarga Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan Kecamatan Telanaipura Kota Jambi. *Studium: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 51-56. <https://doi.org/10.53867/jpm.v2i1.46>

- Suartini, Sri, et al. "Sosialisasi Peningkatan Pemberdayaan UMKM melalui Literasi Digital E Commerce pada UMKM di Desa Sindangsari Kabupaten Karawang pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7.1 (2023): 127-132.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkh) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Sulistiono, Sulistiono, Mumuh Mulyana, and Muhamad Fikri Firmansyah. "Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor." *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* 1.2 (2020): 87-94
- Wedawati, Besse, et al. "Penguatan Usaha Mikro bagi Perempuan Wirausaha Penerima Program Keluarga Harapan di Kota Jambi." *Jurnal Surya Masyarakat* 5.1 (2022): 1-9. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/JSM/article/view/8641/6649>