



Pendampingan Pemasaran Produk Olahan Pulu Mandoti Berbasis *Digital Marketing* Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Usaha Ibu Pkk Di Kabupaten Enrekang

Nasrullah¹, Zalkha Soraya^{2*}, Novi Piji Lestari², M. Yusuf Alfian Rendra Anggoro¹, Rosdiayanti¹, Handriani¹

Program Studi Managemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makasar Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar, Indoensia, 90221

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, Jl. Raya Tlogomas No 246, Malang, Indonesia, 65144

*Email koresponden: zalkha.soraya@unismuh.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received: 11 Oct 2023

Accepted: 16 Dec 2023

Published: 31 Dec 2023

Kata kunci:

Digital marketing;
pemasaran produk;
pendapatan usaha;
pulu mandoti

Keywords:

digital marketing;
operating revenues;
product marketing;
pulu mandoti

ABSTRAK

Background: Masyarakat di Desa Salukanan, Kecamatan Baraka, Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan sebagian besar adalah petani. Desa salukanan memiliki bibit beras pulu mandoti dengan kualitas tinggi yang hanya dapat tumbuh dengan baik di desa tersebut. Kegiatan PKM ini dimaksudkan untuk memberikan solusi kepada mitra dalam mengatasi minimnya pendapatan karena keterbatasan pemasaran produk pulu mandoti. **Metode:** Metode pelaksanaan berupa adanya tahap pendampingan dan pelatihan penggunaan teknologi digital untuk memaksimalkan branding dan pemasaran produk kepada Mitra yaitu 15 anggota kelompok PKK Desa Salukanan. **Hasil:** Melalui Pelatihan Pemasaran Digital, anggota kelompok PKK telah memahami bagaimana mengelola usaha dengan memasarkan produk secara digital. **Kesimpulan:** Dengan implementasi pendampingan berbasis digital marketing, kelompok PKK di Kabupaten Enrekang dapat mengoptimalkan potensi bisnis mereka selanjutnya, meningkatkan pendapatan, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

ABSTRACT

Background: Most people in Salukanan Village, Baraka District, Enrekang Regency, South Sulawesi Province are farmers. Salukanan village has high-quality pulu mandoti rice seeds, which can only grow well in that village. This PKM activity is intended to provide partners with solutions to overcome the lack of income due to the limited marketing of Pulu Mandoti products. **Method:** The implementation method is in the form of mentoring and training in using digital technology to maximize branding and product marketing to partners, namely 15 Salukanan Village PKK group members. **Results:** Through digital marketing training, PKK group members have understood how to manage a business digitally by marketing products. **Conclusion:** By implementing digital marketing-based assistance, PKK groups in Enrekang Regency can optimize their business potential, increase income, and contribute to sustainable local economic development.



© 2023 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Desa Salukanan merupakan salah satu desa di Kabupaten Enrekang, tepatnya di Kecamatan Baraka, yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani. Salah satu Produk pertanian yang paling terkenal dari Desa Salukanan adalah *pulu mandoti*, yang merupakan salah satu jenis beras ketan lokal dengan karakteristik unik yang hanya dapat ditemukan di Desa Salukanan. Berbeda dengan beras ketan pada umumnya beras ketan *pulu mandoti* memiliki aroma yang khas. Menurut (Ahmad, 2016) beras *pulu mandoti* merupakan beras yang memiliki aroma yang benar-benar semerbak dan memikat, bahkan saking wanginya aroma beras *pulu mandoti* bisa mencapai radius 50-100 meter, dan uniknya beras ketan *pulu mandoti* ini hanya dapat tumbuh di desa sulukanan.

Keunggulan dari beras *pulu mandoti* ini membuat pemerintah kabupaten enrekang berupaya meningkatkan pengelolaan *pulu mandoti* yang ada di desa salukanan. Gamma Oryzanol, kandungan antioksidan tinggi, terdapat dalam beras *pulu mandoti*, yang juga mengandung minyak squalane, vitamin C, B6, B12n B1, dan vitamin E, yang sangat kuat untuk membantu menghaluskan kulit, sehingga beras *pulu mandoti* ini kerap dijadikan sebagai masker wajah anti sinar matahari oleh masyarakat desa salukanan. Beberapa keunggulan dari beras lokal *pulu mandoti* terkadang hanya di olah oleh masyarakat daerah secara manual ataupun hanya untuk keperluan keseharian mereka. Padahal potensi dari beras *pulu mandoti* ini sangat besar untuk diolah menjadi produk masker wajah yang siap bersaing di pasar perdagangan nasional hingga internasional ketika potensi *pulu mandoti* ini dapat di olah dengan baik.

Namun yang masih menjadi kendala saat ini adalah potensi sumber daya manusia yang ada di desa salukanan belum memadai sehingga belum mampu mengolah sumber daya alam dengan baik. Pemerintah kabupaten enrekang sampai saat ini masih berupaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, namun karena rendahnya penyerapan tenaga kerja di sektor usaha mikro dikarenakan pola pikir masyarakat dalam pembangunan ekonomi yang berorientasi pertanian tradisional kurang mendukung proses industrialisasi (Husein, 2022) sehingga tingkat keterampilan masyarakat dalam pengelolaan usaha kecil belum ditangani secara profesional dan keterbatasan dari Masyarakat dalam pemanfaatan teknologi untuk memaksimalkan pemasaran, yang mengakibatkan tingkat produktivitas dan perkembangan relatif rendah (Werdani, 2020). Hal ini menyebabkan pendapatan dari pengolahan sumberdaya alam tersebut menjadi tidak maksimal (Hiden & Ningsih 2020).

Hambatan penggunaan teknologi di UMKM dapat dibagi menjadi dua kategori: internal dan eksternal (Apulu et al., 2011; Awa et al., 2011). Internal biasanya termasuk budaya organisasi, sikap pemimpin dan pemilik terhadap Informasi Teknologi, dan tingkat pelatihan untuk resources. Sebaliknya, hambatan eksternal termasuk kekurangan sumber daya dan fasilitas infrastruktur (Irawan et al., 2020).

Minimnya kemandirian pengelolaan sumber daya lokal suatu daerah dapat menyebabkan perekonomian di setiap daerah terkadang belum maksimal (Jacobson 2020). Maka dari itu dibutuhkan sebuah inovasi baru atau gerakan baru yang kreatif dan inovatif (Hadiyati, 2008) yang dapat membantu masyarakat untuk mengelolah dengan baik sumber daya alam yang ada (Dahlan 2018), oleh karena itu berdasarkan permasalahan tersebut kami menawarkan sebuah solusi melalui pemberdayaan masyarakat melalui program Pendampingan olahan *pulu mandoti* khususnya di desa salukanan kabupaten enrekang.

Selama kurang lebih tujuh tahun menjalani pengelolaan Sumber daya alam yang ada terutama beras pulu mandoti, ada beberapa kendala utama yang dirasakan mitra ibu pkk, yakni:

1. Tidak ada lisensi atau undang-undang bisnis, tidak ada merek atau label, dan packaging tetap tanpa merek.

2. Tidak ada modal, dan masih tanpa label.
3. Tidak ada ruang produksi, tidak ada peralatan, dan tidak banyak pengetahuan tentang teknologi yang membantu membuat laporan keuangan dan melakukan promosi.

Diatas, beberapa masalah yang dihadapi mitra saat memproses *pulu mandoti* dijelaskan. Bersama tim dan mitra, kami mencoba membicarakan kekhawatiran mitra tentang poin mana yang akan kami prioritaskan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini. Kami memutuskan untuk memprioritaskan poin yang paling mendasar dan mendesak, yang berdampak besar pada peningkatan daya saing bisnis mitra. Sebagai hasilnya, kami mencapai konsensus bahwa kegiatan kami harus difokuskan pada:

1. Tidak ada merek atau label pada produk.
2. Sedikit pengetahuan tentang teknologi yang membantu membuat laporan keuangan dan promosi.

Sebelum mitra mulai menggunakan pemasaran digital, branding dan pengemasan juga dikenal sebagai label dan merek harus selesai. Setelah ini, langkah-langkah untuk menerapkan teknik pemasaran digital harus dipertimbangkan. Disini, kami menggunakan tabel berikut untuk menjelaskan tujuan fokus dedikasi:

Tabel 1. Kaitan Tujuan Kegiatan dan Fokus Pengabdian

Tujuan Kegiatan	Fokus Pengabdian
a. Menyediakan solusi tambahan yang dapat digunakan oleh partner untuk memecahkan masalah seperti branding, packaging, dan keterampilan teknologi	Memberikan alternatif solusi yang mampu menyelesaikan masalah mitra, yakni penguasaan teknologi untuk memperbaiki teknik pemasarannya.
b. Menyediakan solusi untuk partner untuk melakukan digital marketing, sehingga informasi dapat mencapai lebih banyak pelanggan	
a. Memberikan pelatihan UMKM berbasis digital tentang pemanfaatan teknologi tepat guna, termasuk informasi dan keterampilan penyusunan laporan keuangan dan laporan pajak.	Meningkatkan pengetahuan dan kemahiran teknologi mitra dapat mengatasi satu masalah, khususnya manajemen keuangan melalui kemahiran teknologi.

MASALAH

Pada analisis situasi diatas kami telah merumuskan penanganan permasalahan mitra yang akan ditangani melalui kegiatan PKM ini, yaitu:

1. Belum ada branding (label/merk), kemasan masih polos.
2. Kemampuan terbatas dengan teknologi, termasuk yang membuat penyusunan laporan keuangan dan inisiatif pemasaran lebih mudah.

Tabel 2. Luaran atas solusi yang diberikan kepada mitra.

Permasalahan Mitra	Solusi yang diberikan	Target Capaian
Belum ada branding (label/merk), kemasan masih polos.	Pelatihan dan pendampingan terkait branding dan kemasan.	<ol style="list-style-type: none"> Mitra memiliki branding merk sendiri. Mitra dapat memberikan label merk pada setiap produknya Mitra dapat melakukan pemasaran yang lebih luas dengan mengusung <i>brand</i>-nya. Masyarakat mudah mengenali produk mitra. Mitra dapat meningkatkan daya saing usahanya.
Keterbatasan mitra dalam hal penguasaan teknologi:	Pelatihan dan dukungan untuk persiapan dan pencatatan keuangan berbasis digital.	<ol style="list-style-type: none"> Mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun laporan keuangan berbasis digital dan memenuhi standar SAK EMKM. Mitra memiliki laporan keuangan berbasis digital.
<ol style="list-style-type: none"> Teknologi digital untuk persiapan dan pencatatan keuangan. Teknologi pemasaran berbasis digital. 	Pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis digital.	<ol style="list-style-type: none"> Mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan pemasaran berbasis digital. Mitra memahami dan dapat menggunakan/mengoperasikan dompet digital. Penjualan meningkat. Target yang kami harapkan atas penjualannya adalah dapat meningkat diatas 150%. (saat ini penjualan hanya mencapai kurang lebih 100 kue/hari yang diperoleh dengan sistem pemasaran offline, dan begitu juga untuk sistem pemasaran melalui online di WA grup). Daya saing usaha meningkat.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pendampingan pengelolaan *pulu mandoti* yang ditujukan pada masyarakat berupa pendampingan produksi dan pemasaran yang terkait dengan pengelolaan dan teknik pemasaran olahan *beras pulu mandoti*. Tempat pelaksanaan kegiatan yaitu di desa salukanan kabupaten enrekang. Pelaksanaan program ini, dilaksanakan secara *online* (Daring) dan *offline* (Luring). Berdasarkan observasi awal, kami melihat kondisi mitra untuk efektif dan efisiensi baiknya dilaksanakan secara luring dan melakukan pengontrolan secara daring.

Tahap Pelaksanaan

Tim pelaksana akan melakukan perizinan terlebih dahulu kepada pemerintah setempat dan penanggungjawab ibu pkk Dalam persiapan menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

Kemudian menentukan lokasi tempat pelaksanaan program pendampingan dengan mempersiapkan segala perangkat yang dibutuhkan dalam menunjang kelancaran program.

Tahap persiapan

Berkoordinasi dengan penanggungjawab ibu pkk yang akan menjadi mitra dalam pelaksanaan program, selanjutnya yaitu menyediakan kelengkapan para peserta sosialisasi seperti pembagian baju seragam peserta sosialisasi program pendampingan.

Penyuluhan dan pelatihan kepada ibu-ibu pkk

Dalam mewujudkan tujuan dari program ini, yang terpenting adalah melakukan pengajaran dan pelatihan kepada masyarakat. Dalam melakukan pengajaran ada dua metode yang dilakukan yaitu metode memberikan pengajaran dengan memahami cara pengelolaan yang lebih kreatif dengan melakukan sentuhan kreatif pengelolaan *pulu mandoti* dengan berbagai inovasinya. Bukan hanya dari segi pengelolaan namun juga mengajarkan teknik pemasaran yang baik dan cara menjaga kualitas produk tetap terjaga dengan baik. Hal ini dilakukan agar mendapatkan hasil yang lebih efektif dan efisien.

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring pelaksanaan program dilaksanakan secara aktif dan rutin dengan melihat dan mendokumentasikan aktivitas masyarakat. Sedangkan evaluasi dilakukan 3 kali dalam satu bulan. Adapun cara evaluasi pelaksanaan program yaitu akan dilakukan sebuah tes pemahaman masyarakat terkait pengetahuan apa saja yang telah mereka dapatkan saat mengikuti kegiatan program. Adapun yang menjadi indikator keberhasilan program ini yaitu masyarakat sudah mampu memahami dan mengetahui cara penjualan dan pembuatan olahan *pulu mandoti* yang lebih kreatif dan efisien melalui program ini. Bagi masyarakat yang memahami dengan baik tentang pemahaman yang dilaksanakan dalam program tersebut, maka akan diberikan *reward* sebagai penghargaan atas antusiasnya dalam mengikuti program pendampingan.

Tabel 3. Uraian Evaluasi dan Keberlangsungan Program

Rencana Pelaksanaan	Kriteria Yang di Evaluasi	Instrumen evaluasi	Keberlanjutan Program Mitra
Pelatihan dan pendampingan terkait branding dan kemasan.	Mitra dapat melakukan pemasaran yang lebih luas dengan mengusung brand-nya.	Observasi Wawancara	Monitoring pengelolaan branding dan kemasan
Pelatihan dan pendampingan pencatatan dan penyusunan keuangan berbasis digital.	Mitra memiliki laporan keuangan berbasis digital.	Observasi Wawancara	Monitoring pencatatan dan penyusunan keuangan
Pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis digital.	Mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan pemasaran berbasis digital	Observasi Wawancara	Monitoring pemasaran dengan media digital

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui Pelatihan Pemasaran Digital, Para ibu-ibu PKK memahami bagaimana mengelola usaha dengan memasarkan produk secara digital. Dengan adanya pelatihan pemasaran digital

yang akan di lakukan oleh TIM PKM menjadi solusi yang baik untuk mengatasi permasalahan mitra. Masyarakat yakni mitra Ibu ibu PKK akan di arahkan melakukan beberapa point berikut ini:

1. Membuat Branding dan label Produk menggunakan aplikasi

Program ini memberikan ibu-ibu PKK di Enrekang pelatihan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk menciptakan branding dan label produk yang profesional. Mereka sekarang memiliki keterampilan baru yang memungkinkan mereka untuk mendesain logo, label produk, dan elemen desain lainnya dengan lebih percaya diri (Sholeh et al., 2020).

2. Membuat website.

Pembuatan website yang telah meningkatkan akses informasi, promosi produk lokal, dan keterampilan digital ibu-ibu PKK di Enrekang. Website ini juga membuka peluang kolaborasi yang lebih luas dan membantu membangun merek produk lokal yang kuat. Inisiatif ini menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi alat yang efektif dalam memajukan komunitas dan ekonomi lokal, dan bahwa pelatihan dalam hal ini merupakan langkah yang penting untuk memungkinkan kemandirian komunitas (Susanti, 2015).

3. Menggunakan platform media sosial, termasuk Instagram, WhatsApp, dan Facebook.

Ibu-ibu PKK telah memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan media sosial. Mereka sekarang dapat mengelola halaman Facebook dan Instagram mereka sendiri, serta mengelola grup WhatsApp untuk berkomunikasi dengan komunitas. Ini merupakan bentuk pemberdayaan dalam hal teknologi digital.

4. Menggunakan Market Place

Ibu-ibu PKK telah memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan bisnis online. Mereka telah mempelajari cara mengelola toko online, mengunggah foto produk, merespons pelanggan, dan mengelola pesanan dengan efisien.

5. Membuat laporan keuangan menggunakan aplikasi laporan keuangan

Ibu-ibu PKK sekarang dapat lebih baik dalam menilai kinerja keuangan kelompok atau bisnis mereka. Mereka dapat melihat sejauh mana mereka mencapai tujuan keuangan mereka dan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan (Alinsari, 2021).



Gambar 1. Flyer Kegiatan PKM



Gambar 2. Mitra Ibu Ibu PKK dan perangkat desa

Kendala atau kesulitan yang dialami saat melakukan pengabdian masyarakat adalah lokasi yang sangat jauh dan melalui jalanan yang cukup beresiko dan lokasi rumah ibu ibu PKK ke lokasi kegiatan yang berada di atas gunung menyebabkan pelaksanaan kegiatan tidak tepat waktu dilaksanakan karena harus menunggu mitra tersebut yang berjalan kaki kelokasi kegiatan. Kendala selanjutnya adalah pemahaman ibu ibu PKK dalam menggunakan media sosial masih kurang sehingga perlu pendampingan khusus dalam pemahaman mereka untuk melakukan pemasaran digital produk pulu mandoti

KESIMPULAN

Pendapatan usaha ibu-ibu PKK Kabupaten Enrekang dapat ditingkatkan secara efektif dengan memberikan bantuan pengolahan pulu mandoti melalui pemasaran digital. Dalam hal ini dengan kegiatan pendampingan dan pelatihan, beberapa permasalahan yang dihadapi oleh ibu PKK bisa diatasi seperti yang tadinya tidak ada brand/merk saat ini mereka sudah mempunyai brand produk, kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital saat ini sudah bisa melakukan pemasaran digital dengan jangkauan yang luas menggunakan media sosial dan market place. Dengan menggunakan metode pelaksanaan yang terstruktur, seperti media sosial, pengembangan website, serta pelatihan dan pendampingan, pengembangan konten, kolaborasi dengan influencer dan perusahaan lokal, peluncuran program promosi dan diskon, serta evaluasi dan pemantauan, ibu PKK dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi dan meningkatkan pendapatan usaha mereka. Melalui pemasaran digital, ibu PKK dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan mencapai konsumen potensial di luar daerah setempat. Selain itu, pendampingan ini juga membantu mempromosikan dan melestarikan kekayaan budaya lokal serta memberdayakan perempuan dalam usaha. Dengan implementasi pendampingan berbasis digital marketing, diharapkan ibu PKK di Kabupaten Enrekang dapat mengoptimalkan potensi bisnis mereka selanjutnya, meningkatkan pendapatan, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal secara berkelanjutan

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar yang mendukung kami memperoleh pendanaan bantuan pemasaran Produk Olahan Pulu Mandoti Berbasis Digital Marketing sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Usaha Ibu Pkk dalam kegiatan pengabdian masyarakat Kabupaten Enrekang. melalui hibah internal Universitas Muhammadiyah Makassar tahun anggaran 2022/2023. Tak lupa, kami mengucapkan terimakasih

kepada Ibu Ibu PKK selaku pihak mitra PKM atas kerjasama dan kesediaan meluangkan waktu selama kegiatan ini dilaksanakan. Semoga silaturahmi dapat terus terjalin, Kami juga menghaturkan terima kasih kepada teman-teman dan rekan sejawat yang telah banyak membantu kami demi tercapainya kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A.R. 2016. Menciptakan Desa Mandiri Kesehatan di Desa Salukanan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. *Jurnal BALIRESO*. 1 (1):70-82.
- Alinsari, N. (2021). Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM melalui Pelatihan dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.24246/jms.v1i22020p256-268>
- Apulu, I., Latham, A. and Moreton, R., 2011. Factors affecting the effective utilisation and adoption of sophisticated ICT solutions: Case studies of SMEs in Lagos, Nigeria. *Journal of Systems and Information Technology*.
- Busthanul, N. 2016. Modal Sosial: Peran, Unsur, dan Pengaruhnya Terhadap Usaha Tani Padi “Pulu Mandoti” di Enrekang. *Inovasi ipteks perguruan tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat*. 5 januari 2016, Makassar, Indonesia. Pp.140-157.
- Dahlan, T., Murfiah, U., & Indriani, R. (2018). Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi UKM Kerajinan Anyam Pandan di Kecamatan Rajapolah Tasikmalaya. *Jurnal Solma*, 7(2), 153–160.
- Hadiyati, E. (2008). Model Pemasaran dalam pemberdayaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Gajayana*, 5(1).
- Hakim, A. L., Faizah, E. N., Fajri, M. B., Rosiawan, R. W., & Bait, J. F. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran Umkm. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1382-1388.
- Hiden, H., & Ningsih, V. (2021). Inovasi Pemanfaatan Limbah Batang Pisang Menjadi Camilan “Kedebong Taro” Bernilai Ekonomis Di Desa Bagik Polak Barat. *Jurnal Bakti Nusa*, 2(2), 39–46. <https://doi.org/10.29303/baktinusa.v2i2.27>
- Husein, A. Al, Gematul, Hifziah, H., & Saputra, L. (2022). Pengabdian Kukerta Unri Desa Pongkai : Menguak Sisi Lain Gedebok Pisang Menjadi Olahan Makanan Ringan Sebagai Produk UMKM Muid. *Maspul Journal of Community Empowerment*, 04(02), 250–255.
- Irawan, P. L. T., Kestrilia Rega Prilianti, & Melany. (2020). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Implementasi E-Commerce di Kelurahan Tlogomas. *Jurnal SOLMA*. <https://doi.org/10.29405/solma.v9i1.4347>
- Jacobson, J. (2020). You are a brand: social media managers’ personal branding and “the future audience.” *Journal of Product and Brand Management*, 29(6), 715–727. <https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2019-2299>
- Kurniawan, A., Gunalan, D. N. S., Khaeron, K., & Fauzi, A. (2021). Pendampingan Digital Marketing dalam Usaha Rumah Tangga melalui Penggunaan Marketplace di Desa Karya Mulya. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 157-166.
- Meisha, N. P. A., Laksmi, N. P. H. S., Aryati, A. D., Prastika, R. T., Krismawintari, N. P. D., & Susanto, P. C. (2021). Pendampingan Penerapan Digital Marketing Pada Subak, Kwt Dan Up2K Desa Catur Kintamani-Bangli. In *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)* (Vol. 4).
- Putri, M. 2017. Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Usaha Mikro dan Kecil di Kabupaten Enrekang. *Skripsi. Program Studi Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin*. Makassar.

- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm. SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 4(1), 430. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>
- Susanti, P. (2015). Sistem Informasi Reservasi Dan Pengelolaan Keuangan Pada Hotel De ' Premium Palembang Berbasis Web Dan SMS Gateway Universitas Islam Negeri Raden Fatah. Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Iskandar, D. (2020). Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*. <https://doi.org/10.30595/jppm.v4i1.4655>