



## *Digital Literacy Training for the MSME Community in Citaman Village in Using Information Technology*

### **Pelatihan Literasi Digital Pada Masyarakat Pelaku UMKM Di Desa Citaman Dalam Menggunakan Teknologi Informasi**

Miki Wijana

Information System, Ma'soem University, Indonesia

E-Mail: [mikiwijana@gmail.com](mailto:mikiwijana@gmail.com)

*Makalah: Diterima 30 Desember 2023; Diperbaiki 29 Januari 2024; Disetujui 14 Februari 2024  
Corresponding Author: Miki Wijana*

#### **Abstrak**

Literasi digital adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi, seperti berkomunikasi secara *online* dan menilai informasi secara kritis. Keterampilan atau pengetahuan dasar yang dibutuhkan untuk memanfaatkan literasi digital diantaranya dasar ilmu komputer, penggunaan internet, keamanan digital, dan pemahaman digital lainnya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu bisnis yang memiliki potensi besar dalam memajukan perekonomian negara. Sebab dapat menciptakan lapangan pekerjaan, pertumbuhan ekonomi lokal, dan inovasi bisnis. Pelaku UMKM selama ini kesulitan dalam mengembangkan dan memasarkan produk dikarenakan kalah bersaing dengan perusahaan besar yang serba digital. Oleh karena itu diperlukan dukungan dalam bentuk pelatihan, akses pasar yang lebih modern dan lebih luas, serta pendampingan bisnis yang kekinian. Pelatihan literasi digital dilakukan dengan metode observasi agar tepat sasaran, memberikan materi sesuai dengan kebutuhan. Kemudian pendampingan, pendekatan praktik dan evaluasi sebagai umpan balik hasil pelatihan. Sehingga masyarakat pelaku UMKM bisa memahami perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta bagaimana cara memanfaatkannya. Hal ini sesuai dengan data angket yang disebar dari 26 responden dan jumlah persentase rata-rata paham terhadap manfaat literasi digital 62,4%, cukup paham 27%, kurang paham 10,4%.

**Kata Kunci:** bisnis, digital, literasi, UMKM, teknologi

#### **Abstract**

*Digital literacy is a person's ability to use information technology, such as communicating online and evaluating information critically. The basic skills or knowledge required to make use of digital literacy including the basics of computer science, the use of the Internet, digital security, and other digital understanding. Small and Medium Micro Enterprises (UMKM) is a business that has great potential in advancing the country's economy. Because it can create jobs, local economic growth, and business innovation. UMKM perpetrators have always had difficulty in developing and marketing products because they have lost their competition with big digital companies. Therefore, support is needed in the form of training, more modern and broader market access, as well as cohesive business support. Digital literacy training is done using observational methods to target, provide material as needed. Then the accompanying, practical approach and evaluation as feedback training results. So that the community of UMKM perpetrators can understand the development of information and communication technology and how to use it. This is in line with the spread data of 26 respondents and the average percentage of understand against the benefits of digital literacy 62.4%, quite understand 27%, under understand 10.4%.*

**Keyword:** business, digital, literacy, MSMEs, technology

#### **1. Pendahuluan**

Literasi digital merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi digital seperti komputer, smartphone, ataupun internet, dengan cara yang efektif dan bertanggungjawab. Literasi digital mencakup keterampilan dalam mengevaluasi informasi secara kritis, berkomunikasi secara *online*, dan memastikan bahwa

privasi serta keamanan dalam lingkungan digital[1]. Literasi merupakan kemampuan dalam mengidentifikasi, memahami, menafsirkan, menciptakan, berkomunikasi, menghitung dan menggunakan bahan cetak serta tulisan yang berkaitan dengan berbagai pencapaian ataupun tujuan dalam mengembangkan pengetahuan serta potensi, dan untuk berpartisipasi terhadap komunitas tertentu[2].

Keterampilan atau pengetahuan dasar yang dibutuhkan untuk memanfaatkan literasi digital diantaranya:

- 1) Dasar ilmu komputer  
Kemampuan untuk mengoperasikan komputer, termasuk menghidupkan atau mematikannya, menggunakan *keyboard* dan *mouse*, serta menjalankan perangkat lunak (*software*) dasar seperti sistem operasi dan program aplikasi [3].
- 2) Penggunaan *internet*  
Kemampuan untuk mengakses internet, mencari informasi *online*, dan menjelajahi situs *web*. Ini juga mencakup pemahaman tentang *e-commerce* sebagai kebutuhan sehari-hari yang tidak bisa dihindari [4]. istilah dan konsep dasar seperti URL, *browser web*, serta mesin pencari.
- 3) Keamanan digital  
Pemahaman tentang risiko keamanan yang terkait dengan penggunaan teknologi digital. Ini termasuk upaya untuk melindungi informasi pribadi dan menghindari ancaman seperti virus komputer, *phishing*, dan *malware* [5].
- 4) Kemampuan pemrosesan informasi  
Kemampuan untuk mengevaluasi dan mengkritisi informasi yang ditemukan *online*, memilih fakta dari *hoaks*, serta memahami konsep penting seperti sumber daya terbuka dan lisensi [6].
- 5) Keterampilan komunikasi digital  
Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif melalui berbagai *platform digital*, termasuk email, pesan instan, dan kolaborasi *online*[7].
- 6) Kreativitas digital  
Kemampuan untuk membuat konten digital, seperti *blog*, video, atau grafik, menggunakan alat dan teknik yang sesuai[8].
- 7) Pemahaman hak cipta  
Pengetahuan tentang hak cipta dan bagaimana mereka berlaku untuk penggunaan dan berbagi konten digital[9].
- 8) Kemampuan masalah teknis  
Kemampuan untuk mengatasi masalah teknis yang mungkin muncul saat menggunakan perangkat digital, seperti pemecahan masalah perangkat keras dan perangkat lunak sederhana[10].
- 9) Etika digital  
Kemampuan untuk menggunakan *platform* media sosial dengan bijak, termasuk memahami konsep privasi, etika berinteraksi *online*, dan mengelola konten yang diposting [11].

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan industri inovatif memiliki potensi yang sangat besar dalam membangun kemajuan negara [12]. UMKM berperan penting dalam perekonomian karena berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi lokal, dan inovasi bisnis. UMKM juga dapat mendukung inklusi sosial dengan memberikan peluang kepada pengusaha kecil baik pemilik usaha maupun lingkungan disekitarnya.

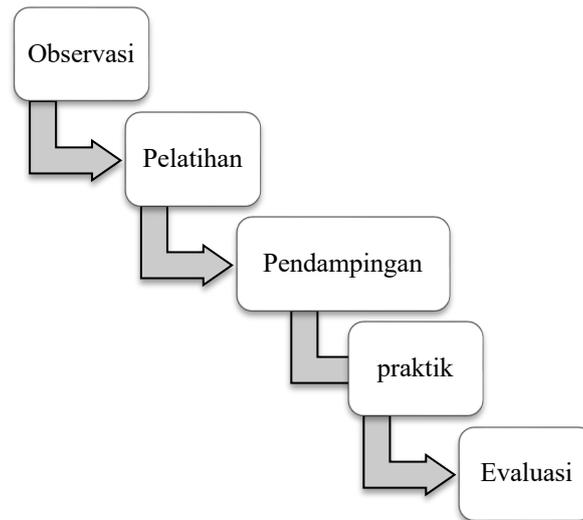
Desa Citaman merupakan salah satu desa yang berada di wilayah kecamatan nagreg, kabupaten bandung, jawabar. Jumlah penduduk sekitar 8.603 orang (data yang diterima pada bulan juli 2023), Mayoritas penduduk bekerja disektor pertanian/Perkebunan, karyawan swasta dan pelaku UMKM.

Hasil diskusi dengan kepala desa (Yayan Heryana, sering di sapa “Abah”), beliau mengatakan bahwa “untuk meningkatkan perekonomian masyarakat harus mencoba dan berusaha secara kreatif, berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman dalam pengelolaan UMKM terutama produk lokal yang dimiliki oleh Desa Citaman”. Namun masyarakat pelaku UMKM merasa kesulitan dalam mengembangkan produknya, dikarenakan kalah bersaing jika di pasarkan secara tradisional (*offline*) dengan pengusaha yang lebih besar baik dari harga maupun kualitas dan kurang memahami penjualan atau pengelolaan produk yang mereka miliki secara digitalisasi (*online*).

Berdasarkan permasalahan yang berada didesa citaman, terutama dibidang UMKM maka memerlukan dukungan diantaranya dalam bentuk pelatihan, akses pasar yang lebih modern dan lebih luas, serta pendampingan bisnis yang kekinian. Maka dari itu penulis mengusulkan untuk memberikan pelatihan literasi digital dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi.

## 2. Metode

Metode merupakan instrument penelitian sebagai alat untuk mempermudah proses pekerjaan, dimana pelatihan literasi digital bagi masyarakat Desa Citaman terutama pelaku UMKM dapat membantu dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan operasional bisnis, pemasaran, dan keberhasilan usaha.



**Gambar 1.** Skema Metode Pengabdian Kepada Masyarakat

Berikut ini merupakan penjelasan dari metode pada pelaksanaan pelatihan literasi digital:

- 1) Observasi  
Berdialog dengan pihak pemerintahan desa setempat, kemudian meninjau langsung pada lokasi pelaku UMKM.
- 2) Pelatihan (*workshop* dan seminar)  
Melakukan pelatihan pada pelaku UMKM dengan memanfaatkan produk lokal dan dikolaborasi dengan sistem modern baik dalam pengemasan, penawaran ataupun pemasaran. Untuk mempermudah dalam penyampaian materi menggunakan alat bantu seperti komputer (laptop), *projector*, dan *smartphone*.
- 3) Pendampingan (konsultasi)  
Setiap peserta pelatihan diperbolehkan bertanya ataupun memberikan gagasan baru untuk peserta lainnya, kemudian setiap pertanyaan dihubungkan dengan pentingnya kolaborasi antara produk lokal cara pengelolaan modern melalui teknologi informasi dan komunikasi.
- 4) Praktik  
Pelatihan mencakup aspek praktis, seperti bagaimana mengelola media sosial bisnis, menciptakan konten digital, atau menerapkan alat-alat manajemen bisnis *online*.
- 5) Evaluasi (umpan balik)  
Mengukur efektivitas pelatihan, melakukan evaluasi dan umpan balik kepada peserta.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Observasi

Dalam pengumpulan data informasi yakni berdialog dengan aparat pemerintah setempat dan meninjau langsung kelapangan yang melibatkan pemerintah desa tokoh masyarakat dan tokoh pemuda, agar pelatihan mendapatkan hasil yang maksimal sesuai dengan yang diharapkan [13]. Berikut ini merupakan hasil wawancara dengan pelaku UMKM:

**Tabel 1.** Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban Narasumber
1.	Bagaimana anda memasarkan produk hasil olahan dan apa yang menjadi kendala dilapangan selama ini?	Selama ini kami memasarkan produk kepasar tradisional dan warung-warung atau toko terdekat dengan cara dititipkan. Jika laku di bayar dan kalau sisa kami tarik Kembali, diganti dengan produk baru jika itu produknya sejenis makanan. Yang menjadi kendala akses pasar dan modal untuk mengembangkan produk.
2.	Sejauh mana anda mengetahui tentang literasi digital untuk mendukung operasional UMKM?	Literasi digital merupakan media untuk beriteraksi jarak jauh bisa digunakan kapan dan dimana saja, namun untuk memasarkan produk menggunakan media tersebut kami belum begitu memahami harus bagaimana memulainya.

3. Apakah pemasaran yang dilakukan secara tradisional selama ini memenuhi target sesuai keinginan?	Permasalahan ini justru jadi PR yang belum bisa di pecahkan, apalagi dengan adanya para pesaing pengusaha muda yang mengerti teknologi malah berangsur-angsur menurun. Begitupun dengan konsumen sepertinya lebih nyaman membeli secara <i>online</i>
4. Apa yang menjadi kendala paling dominan saat ini sebagai pelaku UMKM untuk mengembangkan baik produksi maupun pemasaran?	Yang menjadi kendala diantaranya pengetahuan kami yang minim tentang pasar modern ( <i>e-commerce</i> ), perijinan, cara manajemen produk dan keuangan, ide atau inovasi agar bisa bersaing dengan anak jaman now dan ketergantungan terhadap pasar tradisional.
5. Jika di adakan pelatihan agar bisa membantu atau menunjang kebutuhan UMKM yang di tekuni, kira-kira pelatihan apa yang diinginkan?	Pelatihan yang kami butuhkan tentunya pelatihan untuk menutupi kekurangan usaha yang sedang di jalankan, baik tentang media sosial, <i>e-commerce</i> , manajemen dan yang di sebutkan sebelumnya. Pokonya hal-hal yang berhubungan dengan literasi digital atau sejenisnya.

Hasil dari diskusi, baik menurut pelaku UMKM maupun kepala desa citaman disamping mendorong untuk kemajuan terutama dibidang perekonomian, tetapi masyarakat menghadapi kesulitan untuk mengembangkan usaha mereka karena beberapa alasan, diantaranya:

- a. Akses dan pembiayaan;
- b. Keterbatasan sumber daya;
- c. Pasar yang tidak stabil;
- d. Kesulitan dalam pemasaran;
- e. Perizinan dan regulasi;
- f. Kualitas produk atau jasa;
- g. Manajemen keuangan yang buruk;
- h. Inovasi terbatas; dan
- i. Ketergantungan pada pasar lokal.



**Gambar 2.** Dialog (Diskusi) dan Meninjau tempat UMKM

### 3.2. Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan di aula kantor desa citaman yang merupakan tempat khusus yang disediakan untuk setiap pertemuan dengan warga. Alat bantu yang digunakan untuk memudahkan dalam penyampaian materi diataranya komputer (laptop), *projector*, *smartphone* dan alat tulis. Adapun materi yang disampaikan pengenalan ilmu komputer, *internet*, keamanan, penggunaan media sosial, keterampilan komunikasi, kreativitas, etika digital dan lain-lain. Sehingga dapat dijadikan solusi dalam permasalahan yang terjadi. Setelah pelatihan sebaiknya ada pendampingan khusus dari pihak pemerintahan desa setempat untuk memonitoring dalam keberlangsungan usaha yang sedang berjalan [14], bukan hanya sebatas pelatihan tetapi di jadikan bentuk kreativitas nyata bila perlu sebagai program unggulan desa.



Gambar 3. Penyampaian materi

Tabel 2. Susunan Acara

No	Materi	Kegiatan Pelatihan	Target Capaian
1.	Pengenalan dasar perangkat komputer	Ceramah	Peserta mengenal dan memahami fungsi perangkat keras, perangkat lunak dan penggunaannya baik dari komputer (Laptop) maupun <i>gadget</i> .
2.	Pemanfaatan media sosial sebagai <i>marketplace</i>	Ceramah dan praktik	Peserta mengenal dan memahami media sosial apa saja yang bisa dimanfaatkan untuk promosi produk.
3.	Keterampilan komunikasi, etika dan kreativitas	Ceramah	Peserta memahami bagaimana berkomunikasi yang baik di media sosial.
4.	Cara menggunakan media sosial sebagai <i>marketplace</i>	Praktik	Peserta mampu memanfaatkan teknologi (aplikasi) yang sering/umum diakses oleh masyarakat.
5.	Diskusi, pendampingan dan tanya jawab	Ceramah dan praktik	Peserta lebih memahami antara kebutuhan dan fasilitas (aplikasi) yang tersedia atau bisa digunakan
6.	Evaluasi	kuesioner	Mengukur pemahaman peserta selama pelatihan berlangsung.



Gambar 4. Peserta Pelatihan UMKM

### 3.3. Pendampingan

Pendampingan merupakan proses memberikan bantuan kepada masyarakat[15], mengidentifikasi kebutuhan dan menyelesaikan permasalahan, serta menumbuhkan inisiatif pengambilan keputusan sehingga dapat terwujud kemandirian dalam peningkatan usaha. Pendampingan dilakukan pada beberapa pelaku UMKM yang

masih kesulitan diantaranya dalam pengemasan produk, membuat akun dimedia sosial atau di *onlineshop*, membuat iklan dan memasarkan secara digitalisasi menggunakan perangkat elektronik.



**Gambar 5.** Pendampingan

### 3.4. Praktik

Praktik dalam pelatihan merupakan bentuk implementasi dari materi yang telah disampaikan, selain itu praktik merupakan tindakan untuk mewujudkan tujuan yang dikehendaki. Adapun jenis praktik yang telah di laksanakan diantaranya pengemasan produk untuk makanan basah atau siap saji, membuat akun di *marketplace* (Bukalapak.com), dan membuat iklan dimedia sosial (Tiktok).

#### 3.4.1. Pengemasan

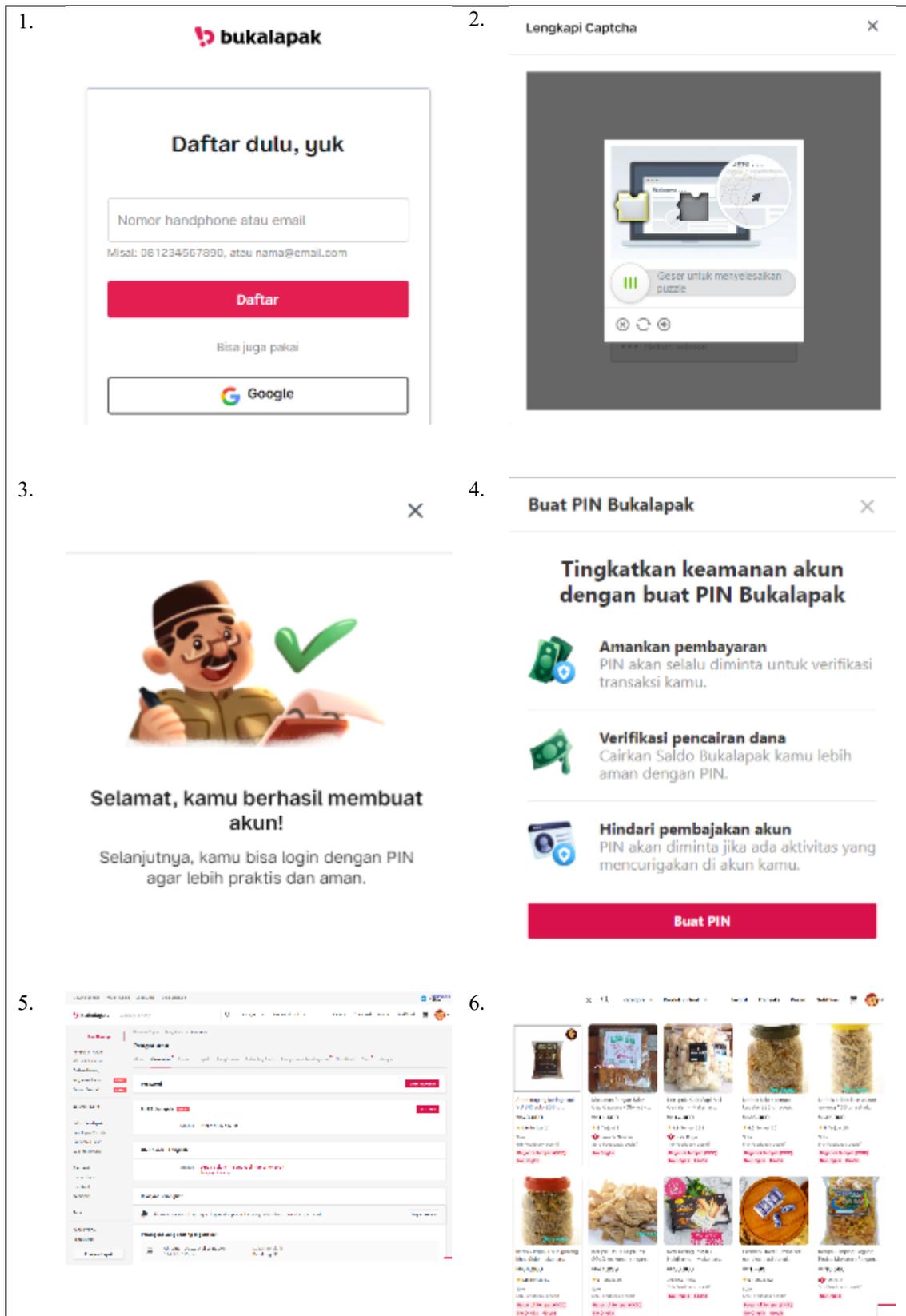
Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) kemasan merupakan suatu bungkus untuk melindungi produk dari sesuatu yang tidak diinginkan. Melindungi dapat diartikan secara baik dari benturan ataupun memisahkan dari benda lainnya agar tidak tercampur (kontraminasi). Selain itu dengan di kemas secara baik akan memberikan keamanan, kerapihan dan terlihat menarik terhadap produk tersebut.



**Gambar 6.** Pengemasan Produk Makanan Siap Saji

#### 3.4.2. Bermitra di *marketplace* (Bukalapak.com)

Bukalapak.com adalah perusahaan elektronik (*marketplace*) yang ada diindonesia dan *e-commerce* yang patut diperhitungkan dalam jajaran *startup unicorn*[16]. Salahsatu media untuk memasarkan produk UMKM secara *online*. Berikut proses mendaftar atau menjadi mitra di Bukalapak.com:



Gambar 7. Bermitra di Bukalapak.com

### 3.4.3. Promosi Melalui Media Sosial Tiktok

Promosi adalah serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran, menarik perhatian, dan memotivasi orang lain untuk mengambil tindakan tertentu, seperti membeli produk atau layanan, menghadiri acara, mendukung ide atau merek. Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi perilaku konsumen atau penerima pesan iklan[17].

TikTok adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna membuat, mengedit, dan berbagi video pendek. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat konten kreatif[18]. TikTok telah menjadi fenomena global, terutama di kalangan generasi muda, dan telah memainkan peran besar dalam menciptakan tren budaya baru dan menjadikan orang-orang dengan cepat menjadi pembuat konten. Seiring berjalannya waktu, TikTok berkembang pesat dan menjadi salah satu *platform* media sosial terpopuler. Berikut ini merupakan konten dengan menggunakan aplikasi Tiktok sebagai ajang promosi produk UMKM:



**Gambar 8. Konten Promosi Produk Melalui Media Sosial Tiktok**

Link: <https://www.tiktok.com/@kknцитaman23/video/7254210658177256710>

### 3.5. Evaluasi

Setelah diberikan pelatihan pendampingan dan praktik selama satu bulan, dilakukan umpan balik dari masyarakat sebagai bentuk evaluasi. Bagaimana masyarakat bisa merasakan manfaat teknologi informasi dan komunikasi dalam menjalankan UMKM. Berikut ini merupakan hasil kuesioner yang diberikan kepada 26 responden peserta pelatihan:

**Tabel 3. Hasil Kuesioner**

No	Pertanyaan	Jawaban		
		Paham	Cukup Paham	Tidak Paham
1.	Apakah dengan pelatihan literasi digital memberikan pemahaman bagaimana menggunakan media sosial sebagai <i>marketplace</i> ?	75%	25%	0%
2.	Apakah dengan pelatihan seperti ini membantu anda dalam menjalankan bisnis (UMKM)?	60%	40%	0%
3.	Apakah materi yang disampaikan selama pelatihan dan pendampingan bisa dipahami sepenuhnya?	67%	28%	5%
4.	Apakah setelah pelatihan dapat dengan mudah memanfaatkan alat elektronik seperti komputer/laptop, gadget atau sejenisnya?	60%	23%	17%
5.	Apakah setelah pelatihan dilaksanakan memberikan motivasi untuk membuat karya/produk/ kemasan yang lebih baik?	50%	20%	30%
<b>Rata-Rata Pemahaman</b>		<b>62,4%</b>	<b>27%</b>	<b>10,4%</b>



**Gambar 9.** Evaluasi Hasil Pelatihan

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan pelatihan literasi digital di desa citaman maka dapat disimpulkan masyarakat pelaku UMKM lebih bisa memahami perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta bagaimana cara memanfaatkannya, memudahkan pengelolaan proses bisnis terutama dalam memasarkan produk yang dimiliki, dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan penjualan secara *online*. Hal ini sesuai dengan data angket yang disebar dari 26 responden dan jumlah persentase rata-rata paham terhadap manfaat literasi digital 62,4%, jumlah persentase rata-rata cukup paham terhadap manfaat literasi digital 27%, jumlah persentase rata-rata kurang paham terhadap manfaat literasi digital 10,4%.

Untuk lebih mematangkan pengetahuan bagi pelaku UMKM dalam pemanfaatan digitalisasi baiknya dilakukan pelatihan berkelanjutan diantaranya dalam pembuatan kreativitas konten atau desain grafis pembuatan label produk.

#### 5. Ucapan Terimakasih

Dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM Universitas Ma'soem, Kepala Desa beserta staff atau perangkat desa, para tokoh masyarakat dan kepemudaan Desa Citaman, mahasiswa Universitas Ma'soem yang ikut andil dilapangan mensosialisasikan, memberikan pemahaman pada masyarakat bagaimana pentingnya kemandirian dalam berbisnis, memanfaatkan peluang dan mengikuti perkembangan jaman dalam memasarkan produk.

#### Referensi

- [1] "View of Sosialisasi terhadap Orang Tua tentang Penggunaan Internet yang Sehat dan Aman bagi Anak-anak." <https://jurnal.masoemuniversitas.ac.id/index.php/abdimu/article/view/434/333> (accessed Aug. 22, 2022).
- [2] H. A. Naufal, "Literasi Digital," *Perspektif*, vol. 1, no. 2, pp. 195–202, 2021, doi: 10.53947/perspekt.v1i2.32.
- [3] M. Wijana, Y. Muhyidin, and A. Wibowo, "Pelatihan Aplikasi Microsoft Office PowerPoint untuk Metode Pembelajaran," *J. AbdiMU Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 48–52, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.masoemuniversitas.ac.id/index.php/abdimu/index>
- [4] M. Wijana and R. Setiawan, "Sosialisasi tentang Pentingnya Peran Orang Tua bagi Remaja dan Anak-Anak dalam Penggunaan Internet," vol. 2, no. 2, pp. 49–55, 2022.
- [5] P. Aplikasi, T. Profiling, and K. Berbasis, "Berbasis Website sebagai Alternatif Tes Psikologi," vol. 62, no. 58, 2022, doi: 10.26539/pcr.431306.
- [6] U. Aryanti, S. Dewi, and N. I. Yusman, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Sistem Elektronik PKH Menggunakan Model DeLone dan McLean," vol. 6, no. 1, pp. 10–21, 2023.
- [7] S. G. Chrisnatalia and D. R. Rahadi, "Komunikasi Digital Pada Pembelajaran Secara Daring Dimasa Pandemi Covid-19," *J. BONANZA Manaj. dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 56–65, 2020, doi: 10.47896/mb.v1i2.289.
- [8] Y. Muhyidin, M. Hafid Totohendarto, E. Undamayanti, and S. Tinggi Teknologi Wastukencana, "Perbandingan Tingkat Keamanan Website Menggunakan Nmap Dan Nikto Dengan Metode Ethical Hacking Comparison of Website Security Levels Using Nmap and Nikto With Ethical Hacking Methods," *J. Teknol.*, pp. 1–10, 2020.
- [9] C. Lukita, "Penerapan Sistem Pendataan Hak Cipta Content Menggunakan Blockchain," *ADI Bisnis Digit. Interdisiplin J.*, vol. 1, no. 2 Desember, pp. 40–45, 2020, doi: 10.34306/abdi.v1i2.120.

- 
- [10] T. Setiawan, N. Heryana, and B. Priyatna, "Money Check Result Data Management Application Section Verbasar By Web-Based (Case Study : Perum Peruri)," *Buana Inf. Technol. Comput. Sci. (BIT CS)*, vol. 3, no. 1, pp. 28–34, 2022, doi: 10.36805/bit-cs.v3i1.2060.
- [11] P. Rianto, "Literasi Digital Dan Etika Media Sosial Di Era Post-Truth," *Interak. J. Ilmu Komun.*, vol. 8, no. 2, p. 24, 2019, doi: 10.14710/interaksi.8.2.24-35.
- [12] U. Mikro, D. A. N. M. Umkm, D. I. K. Serua, S. A. Ghoffar, P. Raharjo, and A. M. Sianturi, "PENYULUHAN MANFAAT E-COMMERCE BAGI," vol. 6, pp. 2737–2748, 2023.
- [13] B. S. Lubis and E. F. Syahputra Siregar, "Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Macromedia Flash," *SELAPARANG J. Pengabd. Masy. Berkemajuan*, vol. 4, no. 1, p. 396, 2020, doi: 10.31764/jpmb.v4i1.3143.
- [14] U. I. Lamongan, "LAREN LAMONGAN Kota Lamongan adalah kota dengan tangan menggunakan peralatan desa yang memiliki sebuah kerajinan bahan kerajinan pelak ( periuk ), memanfaatkan," vol. 6, pp. 2799–2805, 2023.
- [15] A. Muhardono and D. Satrio, "Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm di Desa Kertoharjo Kelurahan Kuripan Kertoharjo," *E-Amal J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 3, pp. 359–368, 2021.
- [16] W. N. Hasna and N. Trianasari, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Dalam Melakukan Transaksi Online Pada E-Commerce Bukalapak," *J. Mitra Manaj.*, vol. 4, no. 6, pp. 885–899, 2020.
- [17] M. Mulyana, "Strategi Promosi dan Komunikasi," 2019.
- [18] N. B. Barus, M. Pangaribuan, and S. Purnami, "Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Pada Mahasiswa Di Kota Medan," *Pros. Konf. Nas. Soc. Eng. Polmed*, vol. 2, no. 1, pp. 616–626, 2021.