

**PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK  
MENINGKATKAN JANGKAUAN PEMASARAN INDUSTRI TAS ANYAMAN DESA  
SUKOREJO, PONOROGO**

***COMMUNITY PROGRAM IN THE DEVELOPMENT OF DIGITAL MARKETING OF  
THE WOVEN BAG INDUSTRY IN SUKOREJO VILLAGE, PONOROGO***

**Muhammad Dhiya' Syaifullah<sup>1)</sup>, Dian Afif Arifah<sup>1,2)\*</sup>, Muhammad Rafli<sup>1)</sup>, Ghozali  
Nai'im<sup>1)</sup>, Khairul Munzilin Al Kahfi<sup>1)</sup>, M. Rifqi Riva<sup>1)</sup>, Johansyah Azzah Wirata<sup>1)</sup>,  
Muhammad fauzan<sup>1)</sup>, Muhammad Bismillah Azhar<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup>Universitas Darussalam Gontor, Indonesia

<sup>2)</sup>Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Univeristas Darussalam Gontor, Indonesia

*\*Dian Affif Arifah: [dianafif@unida.gontor.ac.id](mailto:dianafif@unida.gontor.ac.id)*

**ABSTRAK**

Kabupaten Ponorogo memiliki sentra industri berupa UMKM Tas Anyaman Krajan Desa Sukorejo yang telah menjadi produk khas daerah yang potesial untuk meningkatkan perekonomian warga. Sebagian besar produk pengrajin dipasarkan secara lokal dan beberapa ke luar daerah Ponorogo. Upaya peningkatan pemasaran perlu diterapkan untuk memperluas jangkauan produk dan meningkatkan pendapatan industri. Pengembangan berbasis e-commerce dan teknologi informasi dinilai paling efektif sesuai dengan kebutuhan industri dan perkembangan teknologi. Namun keahlian dan fasilitas yang dimiliki pengrajin masih kurang. Program ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan memberdayakan warga dalam upaya peningkatan Jangkauan Pemasaran Industri Tas Anyaman Krajan Desa Sukorejo, Ponorogo sebagai mitra sasaran program. Program dilaksanakan oleh tim pengabdian dalam program KKN Tematik UNIDA Gontor yang dilaksanakan selama 3 pekan (4-27 Maret 2024). Beberapa kegiatan strategis yang dilakukan antara lain pendampingan perijinan industri, sosialisasi dan pelatihan pengelolaan e-commerce sebagai solusi pemasaran, dan pengembangan website desa. Ketercapaian program dilakukan dengan mengukur pengetahuan dan ketrampilan peserta, ketersediaan e-commerce dan website desa dan peningkatan pemasaran produk.

Hasil evaluasi program menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan, efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dan menghasilkan fasilitas berupa e-commerce produk dan website profil desa Sukorejo. Saran untuk keberlanjutan program adalah dengan melibatkan pemerintah desa untuk mengelola dan meninjau program secara berkala, dan juga mempertimbangkan aspek-aspek pemasaran lain untuk meningkatkan kualitas produk.

***Kata kunci:*** *Pengabdian Kepada Masyarakat; Pemasaran Digital; UKM Desa Sukorejo; Ponorogo*

**ABSTRACT**

*The Woven Bag Industry Krajan is a potential local industry in the Sukorejo Village, Ponorogo Regency that could potentially improve the regional income. Most of the products are locally distributed and only small scale of it distributed to outside area of Ponorogo. Marketing improvement programs need to be implemented to expand marketing range and increase industry revenue. E-commerce and digital technology-based development are considered as the most effective solution nowadays. However, there are still lack on expertise and facilities owned by Sukorejo Village. This program aims to provide an expertise assistance and empower community to improve marketing range of the Krajan Woven Bag Industry as a community partner. The program was carried out by a 17th group of Thematic Community Service, UNIDA Gontor during March 4th until 27th, 2024. Some strategic activities including facilitate industrial product licensing, held a socialization and training program about e-commerce management, and develop a website of village profile. The program output goals evaluated by measuring the knowledge and skills of participants, the availability of e-commerce and village websites and increased product marketing. The results showed that the community service strategy implemented was effective in improving the participant's knowledge and skills and improved facilities in the form of e-commerce and profile website of Sukorejo Village. The study concluded that the programs is effective in empowering the community to gain a marketing improvement of traditional industry products. To maintain program sustainability, periodically follow-up and evaluations are needed.*

**Keywords:** *Community Service; Digital Marketing; SME's of Sukorejo Village; Ponorogo Regency*

## PENDAHULUAN

Salah satu industri kreatif yang populer di Indonesia adalah kerajinan tangan berbahan dasar anyaman (Ullifah et al., 2023). Hal ini karena bahan anyaman sangat familiar di masyarakat, sering digunakan dan terus diproduksi karena pembuatannya mudah dan memiliki nilai budaya yang tinggi. Sebagian besar produk khas daerah merupakan produk tradisional rumahan oleh warga lokal (Sugiarto, 2022).

Ponorogo, yang terletak di Jawa Timur, telah menjadi salah satu pusat produksi tas anyaman yang terkenal. Tas anyaman Ponorogo biasanya dibuat dari bahan alami seperti pandan, bambu, atau rotan. Namun beberapa tahun warga beralih menggunakan bahan plastik untuk pembuatan produk karena dinilai lebih ekonomis dan mudah dibentuk. Proses pembuatannya melibatkan keterampilan tangan yang tinggi dari para pengrajin lokal. Mereka menggunakan teknik anyaman tradisional yang telah diturunkan secara turun-temurun (Rahma et al., 2023).

Tas anyaman dari Ponorogo memiliki berbagai macam desain dan motif yang sering kali terinspirasi dari alam atau budaya lokal. Mereka bisa berupa tas tangan, tas jinjing, tas selempang, atau bahkan tas ransel. Keindahan dan keunikan tas anyaman Ponorogo membuatnya diminati baik di pasar lokal maupun internasional (Fanka, 2021; Muslih et al., 2020). Industri tas anyaman di Ponorogo memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat dengan memberikan lapangan kerja serta meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu, industri ini juga turut melestarikan warisan budaya Indonesia melalui produksi barang-barang tradisional yang bernilai tinggi.

Salah produk tas anyaman dihasilkan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) Tas Anyaman Krajan Desa Sukorejo yang telah menjadi produk khas daerah yang potensial untuk meningkatkan perekonomian warga. Industri ini telah berhasil mempekerjakan warga lokal dan meningkatkan perekonomian daerah dalam waktu 10 tahun. Ada lebih dari 20 keluarga yang berpartisipasi aktif dalam proses produksi kerajinan anyaman bambu di Desa Sukorejo. Sebagian besar produk hasil pengrajin masih dipasarkan secara lokal. Diperkirakan tidak lebih dari 20% produk saja yang berhasil dipasarkan ke luar daerah Kabupaten Ponorogo (Lestari, 2021). Hal ini menjadi salah satu kendala yang menyebabkan perekonomian dan perkembangan industri ini sulit untuk ditingkatkan. Hal tersebut juga dikeluhkan oleh sebagian besar pengrajin yang tergabung dalam sentra industri warga sebagai permasalahan utama mereka. Laju produksi tidak menentu dan setiap saat ada. Bahkan sering kali produksi berhenti sama sekali karena tidak ada pesanan. Upaya peningkatan pemasaran perlu diterapkan untuk memperluas jangkauan produk dan meningkatkan pendapatan industri.



**Gambar 1.** Produk Industri Tas Anyaman Krajan

#### 4 | Muhammad Dhiya' Syaifullah, Dian Afif

Saat ini, pengembangan berbasis e-commerce dan teknologi informasi dinilai paling efektif sesuai dengan kebutuhan industri dan perkembangan teknologi (Larasati & Mariana, 2023). Di Indonesia, e-commerce mengalami pertumbuhan pesat dengan nilai transaksi yang terus meningkat (Indartha et al., 2021). Menurut data dari Statistik, nilai transaksi e-commerce di Indonesia diprediksi mencapai Rp 530 triliun pada tahun 2023 (Saragih et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa e-commerce memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Namun keahlian dan fasilitas yang dimiliki pengrajin dan desa Sukorejo masih kurang. Sebagian besar pengrajin berusia lebih dari 50 tahun dan tidak memiliki keahlian digital. Adapun warga yang masih muda, mereka biasanya membantu dalam distribusi barang ke pasar-pasar dan mencari bahan baku. Kelompok muda ini terdiri dari 17 anggota yang tergabung dalam karang taruna desa Sukorejo. Kelompok ini dinilai sesuai untuk diberdayakan sebagai pengelola e-commerce dan website karena sebagian besar mereka adalah pelajar atau mahasiswa yang familiar dengan perangkat digital.

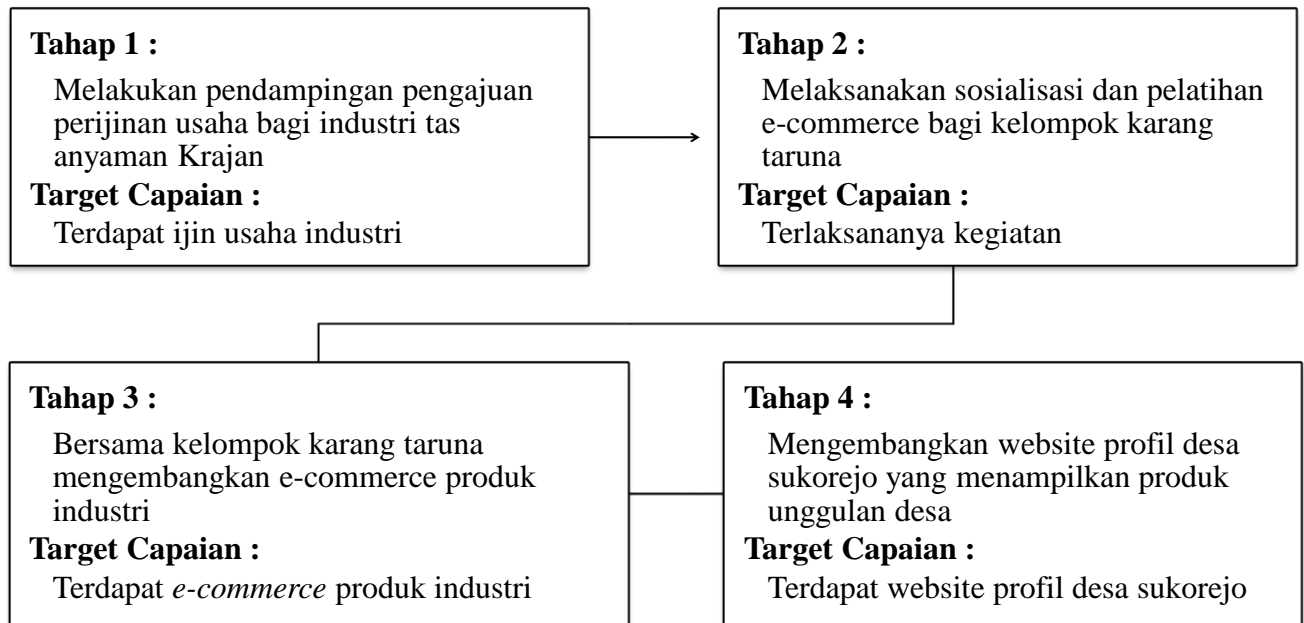
Program ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan memberdayakan mitra dalam upaya peningkatan Jangkauan Pemasaran Industri Tas Anyaman Krajan Desa Sukorejo, Ponorogo. Sasaran yang menjadi target capaian dari kegiatan ini antara lain :

- 1) Melakukan pendampingan pengajuan perijinan usaha bagi industri tas anyaman Krajan
- 2) Melaksanakan sosialisasi dan pelatihan e-commerce bagi kelompok karang taruna
- 3) Bersama kelompok karang taruna mengembangkan e-commerce produk industri
- 4) Mengembangkan website profil desa sukorejo yang menampilkan produk unggulan desa

#### **METODE**

Program ini dilaksanakan di Desa Sukorejo Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena Desa Sukorejo merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar pengembangan industri tas anyaman yang kualitasnya baik dan jumlah warga yang terlibat menjadi pengrajin cukup besar.

Mitra yang dilibatkan adalah sentra industri tas anyaman Krajan dan kelompok karang taruna desa Sukorejo. Program pendampingan dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat dalam program KKN Tematik UNIDA Gontor yang dilaksanakan selama 3 pekan (4-27 Maret 2024). Beberapa kegiatan strategis yang dilakukan antara lain pendampingan perijinan industri, sosialisasi dan pelatihan pengelolaan e-commerce sebagai solusi pemasaran, pembuatan papan produk, pengembangan website desa dan bazar produk industri. Ketercapaian program dilakukan dengan mengukur pengetahuan dan ketrampilan peserta, ketersediaan e-commerce dan website desa dan peningkatan pemasaran produk. Prosedur kegiatan secara strategis digambarkan pada gambar 2.



**Gambar 2.** Diagram alir dan target capaian kegiatan PkM

## HASIL & PEMBAHASAN

### Gambaran umum Mitra

Desa Sukorejo, yang terletak di Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur, telah dikenal karena kerajinan tangan yang kreatif dan inovatif. Salah satu kerajinan yang menonjol adalah tas anyam yang terbuat dari bahan plastik daur ulang. Tak hanya menjadi simbol keberlanjutan lingkungan, tetapi tas anyam ini juga menarik perhatian karena keunikan desainnya

Sentra Industri Tas Anyaman Krajan Merupakan salah satu UMK Masyarakat berupa Kerajinan Tas Anyam berbahan dasar Plastik . Berdiri Pada Tahun 1999 tepatnya di dukuh Krajan Desa Sukorejo. Berawal dari sebuah minat yang menjadi sebuah komunitas lalu didirikanlah UMK tersebut dengan mengandalkan melalui perekrutan anggota komunitas kerajinan tersebut. Bahan yang dijadikan dasar dalam pembuatan kerajinan tersebut berupa tali plastik yang nantinya akan dianyam menyerupai bentuk seperti tas, kantung, basket sayur sesuai permintaan daripada customer atau pembeli (Hidayati 2016).

### Hasil dan capaian Kegiatan

#### 1) Pengajuan ijin usaha

Belum terdaftarnya mitra industri tas anyaman Krajan merupakan salah satu permasalahan mitra. Ijin usaha mempermudah mitra untuk dapat mengajukan bantuan modal dengan program Kredit Usaha Rakyat dari pemerintah. Dalam kegiatan PkM ini, mitra industri dibantu untuk mendaftarkan usahanya secara online melalui <https://oss.go.id/> . Hasilnya yaitu diperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) dari Kementerian Investasi/BPKM.

#### 2) Sosialisasi dan pelatihan e-commerce

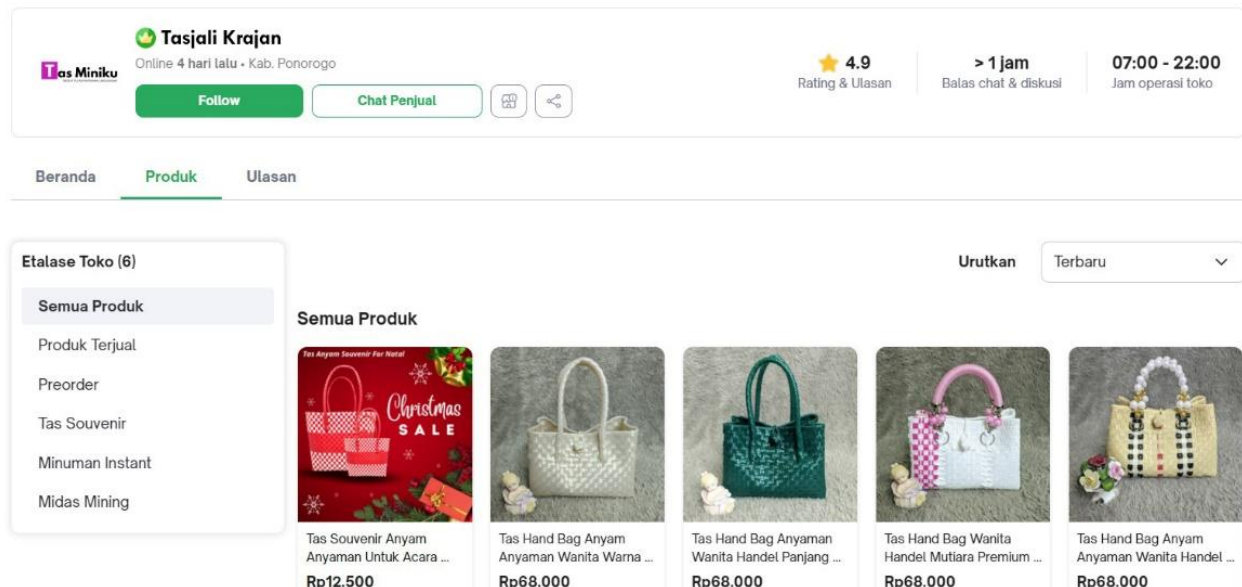
Dalam rangka meningkatkan aspek pemasaran, Kelompok KKN Tematik 35 UNIDA Gontor mengadakan sosialisasi tentang e-commerce pada kelompok karang taruna Desa Sukorejo, yang terlibat dalam pengembangan industri tas anyaman di desa SUKorejo. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keahlian peserta dalam memanfaatkan dan mengelola e-commerce untuk meningkatkan pemasaran produk. Sosialisasi ini dilaksanakan pada 19 Maret 2024 Dan dihadiri oleh berbagai elemen masyarakat, seperti perangkat desa, pelaku usaha, dan masyarakat umum.





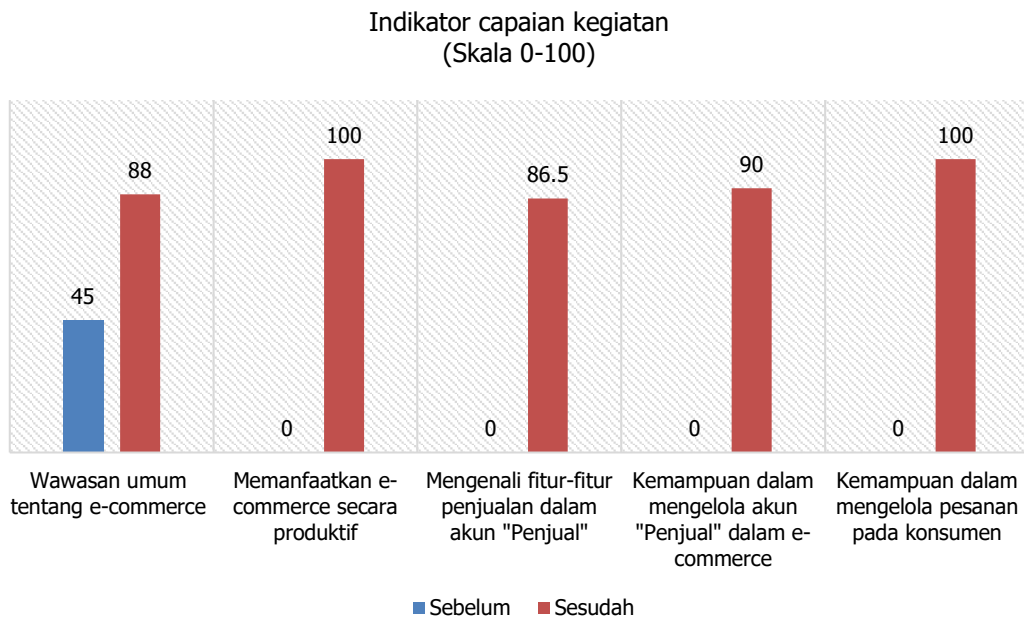
**Gambar 3.** Sosialisasi dan pelatihan pengembangan e-commerce

Seminar ini menghadirkan narasumber yang ahli di bidang e-commerce yaitu Bapak Nusa Dewangga, S.H.I, M.A yang juga merupakan dosen Universitas Darussalam Gontor. Narasumber memaparkan tentang berbagai hal terkait e-commerce, seperti cara membuat toko online, cara memasarkan produk secara online, dan cara melakukan pembayaran online. Setelah seminar, diadakan workshop e-commerce. Workshop ini dipandu oleh fasilitator yang membantu masyarakat untuk membuat toko online dan memasarkan produk mereka secara online. Setelah kegiatan sosialisasi, peserta yang merupakan karang taruna diberikan workshop dan pelatihan dan sekaligus dipandu untuk membuat e-commerce pada platform Tokopedia.



**Gambar 4.** Hasil pengembangan e-commerce pada tokopedia “Tasjali Krajan”

Selain itu, keberhasilan kegiatan diukur dengan adanya peningkatan pengetahuan peserta dengan hasil evaluasi yang menunjukkan terdapat peningkatan pengetahuan dan kompetensi peserta dalam memanfaatkan e-commerce untuk meningkatkan kinerja marketing industri (Gambar 5).



**Gambar 5.** Hasil pengukuran kompetensi peserta sebelum dan sesudah kegiatan PkM

Kompetensi peserta diukur berdasarkan 5 aspek dengan skala 0-100. Secara umum terdapat peningkatan pada 5 aspek kompetensi e-commerce yang signifikan setelah kegiatan sosialisasi dan workshop. Hal ini menunjukkan bahwa program kegiatan PkM efektif dalam meningkatkan keahlian mitra dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran.

### 3) Pengembangan website profil desa

Sebagai program tambahan dan atas permintaan pemerintah desa Sukorejo, tim pengabdian membantu mengembangkan website profil desa yang sekaligus akan digunakan untuk menampilkan produk industri karya warga desa Sukorejo.



**Gambar 6.** Rancangan website profil desa Sukorejo

## Pembahasan

Desa Sukorejo memiliki berbagai UMKM dan produk unggulan, seperti hasil pertanian, kerajinan tangan, dan kuliner. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa masyarakat Desa Sukorejo memiliki potensi besar untuk mengembangkan produk-produk unggulannya, namun tidak memiliki cukup keahlian untuk memaksimalkan potensinya. Pemasaran produk industri mereka kebanyakan hanya terlokalisir di sekitar daerah saja, sementara itu konsumen tidak secara tetap memesan produk mereka setiap saat. Kendala lainnya yaitu kurangnya literasi warga, terutama pemilik industri tentang media digital dan bagaimana memanfaatkannya untuk meningkatkan produktifitas industri mereka.

Berdasarkan analisis prioritas masalah, kami mempertimbangkan media digital sebagai solusi utama permasalahan mitra. Hal ini menjadi pertimbangan karena di desa Sukorejo karena terdapat kelompok karang taruna yang beranggotakan mayoritas anak muda yang cukup aktif mengadakan berbagai kegiatan sosial di lingkungannya. Selain itu, warga juga sangat antusias jika terdapat program yang mewadahi mereka untuk mengembangkan produk industrinya.

Konsep utama program PkM adalah untuk memberdayakan masyarakat untuk mampu mengelola sumberdayanya secara mandiri, meningkatkan potensi yang dimiliki sehingga memperoleh hasil untuk mereka sendiri. Tiga strategi yang dilakukan oleh tim pengabdian UNIDA Gontor adalah dengan memanfaatkan media digital pada industri tas anyaman Desa Sukorejo. Program ini dilaksanakan dengan 4 tahap yaitu melakukan pendampingan pengajuan ijin usaha, sosialisasi dan pelatihan e-commerce, pengembangan market online dan website desa Sukorejo. Melalui kegiatan ini, mitra yang merupakan pelaku industri dan kelompok karangtaruna Desa Sukorejo lebih memahami dan mampu secara aktif memanfaatkan e-commerce dalam mengembangkan bisnis mereka.

Namun demikian, untuk mengetahui efektifitas program dalam meningkatkan pendapatan perlu dilakukan evaluasi dan follow-up berkala dalam jangka panjang. Efektivitas pemasaran digital merujuk pada seberapa baik strategi pemasaran digital dapat mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Menurut penelitian beberapa ahli (Sawicki, 2016; Sudirjo et al., 2023; Sugiyanti et al., 2022; Syafitri & others, 2024; Wahyudi et al., 2022), Berikut beberapa poin penting yang mempengaruhi efektivitas pemasaran digital, yaitu: 1) Targeting yang Tepat: Pemasaran digital memungkinkan segmentasi target pasar yang lebih tepat melalui data demografis, perilaku online, dan preferensi pengguna. Dengan demikian, pesan promosi dapat disesuaikan dengan audiens yang lebih relevan, meningkatkan kemungkinan konversi. 2) Mengukur dan Menganalisis: Salah satu keunggulan pemasaran digital adalah kemampuannya untuk mengukur hasil kampanye secara langsung dan real-time. Melalui alat analitik seperti Google Analytics, pengiklan dapat melacak seberapa baik kampanye mereka berjalan, mengidentifikasi tren, dan menyesuaikan strategi jika diperlukan. 3) Interaksi yang Lebih Baik: Platform digital memungkinkan interaksi langsung antara merek dan konsumen melalui media sosial, email, atau website. Hal ini memungkinkan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan memperoleh umpan balik yang berharga dari pelanggan. 4) Biaya yang Lebih Efisien: Pemasaran digital seringkali lebih terjangkau dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional seperti iklan televisi atau cetak. Dengan strategi yang tepat, biaya perolehan pelanggan (Cost per Customer Acquisition/CPA) dapat diminimalkan. 5) Optimasi Continuously: Digital memungkinkan pengoptimalan berkelanjutan berdasarkan data yang diperoleh dari kampanye sebelumnya. Ini termasuk pengoptimalan kata kunci (SEO), optimasi media sosial, dan konten berdasarkan respons pengguna yang diperoleh. 6) Keterukuran Kinerja: Secara



konvensional, sulit untuk mengukur dampak pasti dari kampanye pemasaran (Bala & Verma, 2018). Namun, dalam pemasaran digital, setiap tindakan dan interaksi dapat dilacak, memungkinkan perbaikan berkelanjutan dan peningkatan ROI (Return on Investment). 7) Penyebaran Informasi yang Cepat: Informasi dan konten dapat dengan cepat disebar di seluruh dunia melalui internet, memungkinkan merek untuk mencapai audiens global dengan biaya yang relatif rendah. 8) Personalisasi yang Lebih Baik: Pemasaran digital memungkinkan personalisasi pesan dan penawaran berdasarkan preferensi dan perilaku individu. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan meningkatkan kemungkinan konversi.

Dengan memanfaatkan keunggulan-keunggulan ini secara efektif, pemasaran digital dapat menjadi alat yang sangat kuat untuk meningkatkan visibilitas merek, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

## SIMPULAN

Program PkM yang dilaksanakan oleh tim pengabdian UNIDA Gontor telah berhasil menerapkan pemanfaatan media digital pada industri tas anyaman Desa Sukorejo. Program ini dilaksanakan dengan 4 tahap yaitu melakukan pendampingan pengajuan ijin usaha, sosialisasi dan pelatihan e-commerce, pengembangan market online dan website desa Sukorejo.

Hasil evaluasi program jangka pendek menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dan menghasilkan fasilitas berupa e-commerce produk dan website profil desa Sukorejo. Namun untuk mengetahui efektifitas program dalam meningkatkan pendapatan industri, perlu dilakukan evaluasi dan follow-up berkala secara jangka panjang.

## SARAN

Saran yang dapat diberikan agar masyarakat dapat menerima manfaat berkelanjutan dari program ini adalah dengan melibatkan pemerintah desa untuk mengelola dan meninjau program secara berkala, dan juga mempertimbangkan aspek-aspek pemasaran selain media digital untuk meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan pasar yang lebih luas.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM), UNIDA Gontor yang telah menjadi bagian dalam kegiatan ini sebagai pengelola dan pemberi dana dan fasilitas selama PkM berlangsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing. *M. Bala, D. Verma (2018). A Critical Review of Digital Marketing. International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321–339.
- Fanka, A. (2021). *strategi komunikasi pemasaran rumah bambu dalam meningkatkan jumlah konsumen di desa mojorejo kec. jetis kab. ponorogo*. IAIN PONOROGO.
- Indarthy, A. W., Sunarsih, A., Purwandari, T. A., & Ayu, P. P. (2021). Peranan E-commerce di berbagai kalangan di Indonesia dalam berbagai bidang perekonomian akibat dari dampak pandemi Covid-19. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 6–11.
- Larasati, S., & Mariana, M. (2023). Pendampingan Pelatihan Pemasaran Kerajinan Anyaman Bambu Melalui Media Sosial di Desa Tegalorejo Pulung Ponorogo. *Social Science Academic*, 201–206.

- Lestari, S. (2021). *Pengaruh Aspek Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM), dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Ponorogo*. IAIN PONOROGO.
- Muslih, M., Rosanti, E., Hastuti, E. W., & Mubarak, W. (2020). Pengembangan sentra produksi kemasan berbasis anyaman bambu melalui pemberdayaan karang taruna dan PKK untuk peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Mojorejo Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 343–362.
- Rahma, R. A. A., Arifah, D. A., & Rosanti, E. (2023). Factors Associated with Work-related Musculoskeletal Disorders Risk among Bamboo Craftsman in Mojorejo Village, Ponorogo Indonesia. *Malaysian Journal of Medicine & Health Sciences*, 19(4).
- Saragih, A. E., Bagaskara, M. F., & others. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(1), 145–155.
- Sawicki, A. (2016). Digital marketing. *World Scientific News*, 48, 82–88.
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & Manuhutu, M. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7524–7532.
- Sugiarto, R. R. (2022). Peran Ekonomi Kreatif dalam Pemberdayaan Industri Kerajinan Bambu Desa Talang Berugo Lembah Masurai Merangin Jambi. *DIKSI: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Sosial*, 3(2), 152–159.
- Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., Oktavia, K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Masarin*, 1(2), 100–110.
- Syafitri, W. R., & others. (2024). Efektivitas Dan Efisiensi Penarapan E-Commerce Dalam Daya Saing Usaha. *An Nafi': Multidisciplinary Science*, 1(01), 26–37.
- Ullifah, G. A., Wulan, W. M. N., Mareta, R. W., & Febriansyah, F. I. (2023). Pengembangan Kerajinan Anyaman Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Sidorejo (Studi Kasus Kerajinan “ZR Anyaman” di Dukuh Pintu, Desa Sidorejo). *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(6), 69–74.
- Wahyudi, W., Mukrodi, M., Sugiarti, E., Marayasa, I. N., & Mawardi, S. (2022). Mengenal pemasaran digital dan market place: Solusi meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 2(1), 44–53.