

# Pelatihan Media Pemasaran Batik Berbasis Website pada Pengrajin Batik Kampung Kelembak Kota Batam (*Website-Based Batik Marketing Media Training for Batik Craftsmen in Kelembak Village, Batam City*)

John Friadi<sup>1</sup>, Bambang Satriawan<sup>2</sup>, Diana Titik Windayati<sup>3</sup>, One Yantri<sup>4</sup>

Universitas Batam, Batam<sup>1,2,3</sup>

[john.friadi@gmail.com](mailto:john.friadi@gmail.com)



## Riwayat Artikel

Diterima pada 3 April 2024

Revisi 1 pada 25 April 2024

Revisi 2 pada 2 Mei 2024

Disetujui pada 6 Mei 2024

## Abstract

**Purpose:** Promotion and marketing methods for Batik Kelembak are currently carried out conventionally and are limited, ineffective, inefficient, and costly. and very limited time. Promotion and marketing based on digital marketing with a website as a promotional and marketing medium for Batik Kelembak is the right solution because promotion and marketing can reach wider locations, is effective, efficient, can reduce costs, is not limited by space and time and can be done anywhere and at any time just take a longer time.

**Methodology:** Community service activities were implemented in November 2024. Community service activities were implemented in Kelembak Village, Nongsa District, Batam City. This community service activity is in the form of socialization and training by providing an understanding of the importance of digital promotions and marketing websites. The implementation method in the Community Service Program includes the survey, website creation, socialization and training, evaluation, mentoring, and reporting program implementation program as a whole.

**Results:** The Kelembak village community can carry out promotions and marketing through future business development by using a web-based digital marketing strategy for their batik products so that it can explore the sale of batik products locally, and national and international answers to the challenges of the global economy. (John, 2022).

**Limitation:** The expansion of market reach is expected to increase the potential sales of more humidity batik products, so that the income earned becomes maximum. When income increases, the people of Kelembak village will be better able to maintain the continuity of their business and help improve the economy in Indonesia.

**Contribution:** Digital marketing can help the Kelembak village community expand the market to promote and market moisture batik products and open the insight of the people of Kelembak village to be more motivated to produce and develop their business with a broader reach.

**Keywords:** *Training, Digital Marketing, Website, Batik, Kelembak*

**How to cite:** Friadi, J., Satriawan, B., Windayati, D, T., Yantri, O. (2024). Pelatihan Media Pemasaran Batik Berbasis Website pada Pengrajin Batik Kampung Kelembak Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 79-86.

## 1. Pendahuluan

Perkembangan kota Batam membawa dampak terhadap perkembangan daerah pesisir pantai. Salah satu daerah pesisir pantai yang berada di wilayah Kota Batam adalah Kampung Kelembak. Masyarakat Kampung Kelembak bermata pencaharian sebagai nelayan tradisional yang kadang kala ke laut untuk menangkap ikan dan kadang kala tidak, sangat bergantung dengan cuaca, musim dan situasi kondisi di laut. Masyarakat kampung Kelembak untuk meningkatkan pendapatan selain dari hasil melaut, mulai berusaha untuk mengembangkan usaha pembuatan batik khas Kampung Kelembak yang bermotif kupu-kupu atau Kelembak dalam bahasa melayu.

Batik merupakan salah satu hasil seni bangsa Indonesia yang termasuk sangat tua. Batik ini pada awalnya berfungsi sebagai bahan sandang, baik berupa selendang, penutup kepala, kain panjang maupun sarung, hingga sekarang pun masih berfungsi sebagai bahan sandang. Namun karena pesatnya perkembangan zaman, maka batik pun sekarang mengalami perkembangan menjadi lebih luas, baik bentuk maupun fungsinya. Hal ini terjadi karena adanya suatu usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menciptakan bentuk-bentuk baru dalam proses perkembangannya (Suwarni et al., 2022).

Usaha produk Batik Kelembak ini merupakan usaha bersama yang dilakukan oleh masyarakat kampung Kelembak. Kondisi saat ini tentu saja sangat ideal untuk dimanfaatkan sebagai *starting point* untuk lebih meningkatkan produksi, promosi dan pemasaran hasil produk Batik Kelembak ini. Prospek penjualan produk Batik Kelembak ini cukup tinggi, hal ini tentu juga menjadi sebuah nilai tambah bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat tempatan karena sebagian besar masyarakat dilingkungan Kampung Kelembak berada pada tahapan ekonomi yang lemah. Berikut ini adalah beberapa produk Batik Kelembak yang sudah dihasilkan diantaranya :



Gambar 1. Produk Batik Kelembak

Pemasaran merupakan poin penting dalam dunia usaha dan bisnis. Tanpa pemasaran sebuah usaha akan sulit bertahan dan berkembang. Pemasaran suatu aktivitas dalam perekonomian yang mampu menciptakan nilai ekonomi sehingga nilai tersebut dapat menentukan harga produk dan jasa yang dihasilkan. (Sinta, Rifa'i, & Priyono, 2023). Pemasaran digital membantu dan memudahkan calon pelanggan untuk mencari produk yang dibutuhkan (Magdalena & Santoso, 2021).

Di era industri digital dan globalisasi saat ini proses promosi dan pemasaran yang pelaku bisnis adalah pemasaran yang berbasis digital, dimana dengan menggunakan promosi dan pemasaran berbasis digital akan lebih dapat meningkatkan penjualan produk bisnis. (Safarudin, 2022). bagaikan jantung dari kegiatan bisnis baik produk dan jasa yang dihasilkan dan membutuhkan strategi pemasaran yang berbeda-beda (Sinta et al., 2023). Implementasi promosi dan pemasaran berbasis digital dapat dilakukan dengan menggunakan website dan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperbanyak langganan (Basry & Sari, 2018). Perkembangan teknologi dan tren digitalisasi memberikan peluang baru untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Pemanfaatan platform online, media sosial, dan teknologi e-commerce dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi hambatan pemasaran tradisional di era digital dan globalisasi serta meningkatkan visibilitas produk lokal (Kurniawan, Dzikri, & Permatasari, 2023)

Permasalahan yang ditemui saat ini pada masyarakat Kampung Kelembak dalam melakukan promosi dan pemasaran masih dilakukan secara konvensional dan terbatas kerjasama dengan koperasi, mengikuti kegiatan acara promosi serta info dari mulut ke mulut sehingga penyebaran informasi promosi dan pemasaran kurang efektif, kurang efisien, membutuhkan biaya yang cukup besar dengan waktu yang sangat terbatas. Strategi pemasaran perlu disusun dan memerlukan konsep serta sasaran yang tepat untuk di tuju sehingga menjadi efisien (Sinta et al., 2023). (Manuharani, Kencanawati, & Narti, 2022) dalam penelitian yang dilakukan pada UMKM Kuta Metelu Herbal membuktikan bahwa dengan digital marketing meningkatkan penjualan sebesar 18.3% dibandingkan pemasaran konvensional. Pemasaran berbasis digital berbasis digital membantu UMKM meningkatkan promosi, pemasaran dan penjualan produknya yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa batas ruang dan waktu serta mendapatkan segmentasi pasar bertarget dan menekan biaya promosi. (Friadi et al., 2023) Promosi dan pemasaran berbasis digital dengan website sebagai media promosi dan pemasaran Batik Kelembak merupakan solusi yang tepat karena promosi dan pemasaran dapat menjangkau lokasi yang lebih luas, efektif, efisien, dapat mengurangi biaya, tidak terbatas ruang dan waktu yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan waktu yang lebih lama. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Manuharani et al. (2022), bahwa promosi yang dilakukan secara digital dapat merambah konsumen lebih luas dan menghemat biaya dibandingkan dengan promosi yang dilakukan secara konvensional. Menurut Magdalena and Santoso (2021) bahwa pemasaran digital memberi ruang gerak tanpa batas pada pelaku bisnis maupun konsumen dan membantu keefektifan calon konsumen dalam mencari produk yang dibutuhkan. Manfaat yang di peroleh dengan promosi dan pemasaran berbasis digital dengan website diantaranya adalah pasar yang dapat jangkau lebih luas untuk promosi, biaya promosi yang dapat ditekan, menghemat waktu pemasaran yang tidak terbatas. (Wisnuaji, Rachmawati, & Sudari, 2023).

Kendala lainnya adalah dalam melakukan promosi dan pemasaran berbasis web, namun masyarakat kampung Kelembak masih minim pengetahuan tentang penguasaan dibidang teknologi informasi serta konsep dasar metode promosi dan pemasaran, perencanaan pemasaran dan manajemen pemasaran berbasis digital (website), sehingga perlu adanya pelatihan tentang pemasaran berbasis website sehingga memberikan dampak pemanfaatan Iptek bagi masyarakat dan menghindari terjadinya kesenjangan literasi digital bagi masyarakat kampung Kelembak yang berada di daerah pesisir pantai Kota Batam serta dapat meningkatkan penjualan produk dan memudahkan masyarakat kampung Kelembak untuk melakukan promosi dan pemasaran produk batik mereka.

Solusi yang ditawarkan dengan harapan agar produk batik Kelembak dapat mengatasi tantangan dalam promosi dan pemasaran produk batik Kelembak, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital adalah dengan membuat website aplikasi e-commerce untuk promosi dan pemasaran termasuk penjualan pemasaran produk batik Kelembak dan memberikan pelatihan tentang pengetahuan manajemen dan strategi pemasaran dan memberikan pelatihan tentang penggunaan dan pemasaran teknologi informasi untuk meningkatkan promosi, pemasaran dan penjualan batik Kelembak.

## 2. Metodologi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan November 2023 yang dilakukan di Kampung Kelembak Kelurahan Sambau, Kecamatan Nongsa Kota Batam. Kampung ini merupakan salah satu kampung di daerah pesisir kota Batam yang memiliki potensi besar baik dalam segi ekonomi maupun kearifan lokal. Kegiatan ini berupa sosialisasi dan pelatihan dengan memberikan pemahaman mengenai pentingnya promosi dan pemasaran secara digital berbasis website. memberikan pemahaman tentang konsep dasar dan metode pemasaran digital, strategi pemasaran dan manajemen promosi dan pemasaran berbasis digital (website).

Strategi promosi dan dan pemasaran digital dengan pemanfaat website sebagai media promosi dan pemasaran dalam meningkatkan penjualan dalam rangka menjawab tantangan industri global. (Friadi, 2022). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan metode *Participatory Rural Appraisal* (RPA). Teknik *Participatory Rural Appraisal* (RPA) merupakan suatu pendekatan yang menekankan partisipasi dan keterlibatan masyarakat secara langsung (Lestari et al., 2020)

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat diuraikan dengan langkah-langkah sebagai berikut :



Gambar 2. Metode Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tahap 1, Persiapan yaitu melakukan persiapan studi literatur dan bahan kajian, melakukan pendeskripsian program kemitraan masyarakat (PKM) dan pembagian jobdesk pada tim pengabdian, mengatur jadwal kegiatan program dan segala persiapan yang dibutuhkan. Tahap ini merupakan perencanaan dan persiapan awal sebelum implementasi program.

Pada tahap persiapan melakukan studi literatur dan mendeskripsikan program kemitraan masyarakat termasuk pembagian tugas tim pengabdian, membuat jadwal kegiatan program dan segala persiapan yang dibutuhkan. Berikut ini adalah pembagjian tugas tim pengabdian seperti yang terlihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Pembagian Tugas Tim Pengabdian

No	Nama Peneliti	Jabatan	Tugas
1	John Friadi	Ketua	Koordinator pengabdian, merencanakan dan mempersiapkan kegiatan pengabdian, mengkomunikasikan kegiatan dengan UMKM
2	Bambang Satriawan	Anggota	Pengembang aplikasi e-Commerce.
3	Diana Titik Windayanti	Anggota	Profesional ahli dibidang manajemen pemasaran digital
4	One Yantri	Anggota	Pembuatan Rencana Anggaran Belajar (RAB), Administrasi dan Pelaporan

Tahap 2, Survei adalah merupakan kegiatan awal dengan melakukan survei untuk mengetahui permasalahan masyarakat kampung Kelembak. Pada tahap kegiatan survei tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mendengar, melihat dan mengevaluasi masukan dan keluhan dari masyarakat kampung Kelembak mengenai bagaimana mereka melakukan promosi dan pemasaran terhadap produk batik mereka. Pada tahap ini, tim mendapatkan berbagai informasi tentang keterbatasan dari para pembatik. Dalam proses produksi, mereka dibantu dari pelaku UMKM lainnya sebagai pelatih serta menyediakan cetakan untuk batik cap, peralatan dan bahan untuk batik tulis. Sedangkan dari segi pemasaran, mereka masih menggunakan pemasaran konvensional, yaitu menawarkan hasil karya pada masyarakat sekitar, termasuk bekerja sama dengan sekolah dan instansi terdekat. Sedangkan untuk pemasaran melalui pemanfaatan teknologi belum dilakukan, rata-rata para pembatik masih belum terbiasa dalam memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi dan penjualan secara online.



Gambar 3. Survey lokasi pengabdian masyarakat

Tahap 3, Pembuatan website adalah tahapan pembuatan website sebagai media promosi dan pemasaran serta penjualan produk batik hasil karya Masyarakat kampung Kelembak. Tahap 4, Pelaksanaan kegiatan merupakan tahap inti dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang penyampaian teori konsep pemasaran konvensional dan pemasaran digital serta praktik bagaimana pembatik dapat melakukan upload dan posting hasil produk batik mereka untuk dipromosikan dan dipasarkan. Tahap 5, Kegiatan evaluasi yaitu evaluasi terhadap kegiatan yang sudah dilakukan melalui pengisian kuesioner. Tahap 6, Laporan kegiatan yang merupakan tahap penyusunan laporan dan dokumentasi kegiatan seperti video dan photo.

Matrik kegiatan kepada masyarakat ini yang terdiri dari rencana kegiatan, langkah solusi, partisipasi masyarakat dan luaran kegiatan dapat dilihat pada tabel dibawah ini (Wisnuaji et al., 2023):

Tabel 1. Matrik Kegiatan, Langkah Solusi, Partisipasi Masyarakat dan Luaran

No	Rencana Kegiatan	Solusi	Partisipasi Masyarakat	Luaran Kegiatan
1	Sosialisasi dan Penjelasan tentang Pemasaran Digital	Penjelasan detail oleh tim Pengabdian Masyarakat	Masyarakat kampung Kelembak	Peserta memahami tentang pentingnya pemasaran digital dan melakukan promosi dan pemasaran dengan menggunakan website
2	Pelatihan upload/posting Promosi dan Pemasaran Produk ke Website	Penjelasan detail oleh tim Pengabdian Masyarakat	Masyarakat kampung Kelembak	Peserta memahami bagaimana melakukan upload/posting promosi dan pemasaran produk ke website
3	Monitoring dan Evaluasi	Kegiatan ini berupa monitoring hasil sosialisasi dan pelatihan dan evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara menyeluruh	Masyarakat kampung Kelembak	Hasil Monitoring dan Evaluasi dengan pengisian kuesioner

### 3. Hasil dan pembahasan

#### a. Pembuatan Website

Perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat dari waktu ke waktu, termasuk teknologi internet telah merambah dunia bisnis dan perdagangan. Perkembangan internet memudahkan untuk melakukan transaksi perdagangan secara online yang dapat diakses oleh siapa

saja, kapan saja dan dimana saja tanpa batasan ruang dan waktu serta membantu meningkatkan pemasaran produk (Friadi et al., 2023). Website adalah suatu halaman yang memuat situs-situ web page yang berada di internet yang berfungsi sebagai media penyampaian informasi, komunikasi, entertainment atau transaksi. Dengan adanya website maka produk-produk batik yang dihasilkan oleh pengrajin batik akan di upload ke website sehingga promosi dan pemasaran produk batik akan menjangkau target pasar yang lebih luas dan global, mengurangi biaya promosi dan pemasaran, media promosi 24 jam dan lebih mudah dari mencari partner dan mendapatkan feedback dari pelanggan. Dalam tahap ini melakukan kegiatan seperti (1) pembelian domain untuk masyarakat kampung Kelembak, (2) membeli hosting untuk media penyimpanan file-file dan penjualan dan promosi, (3) pembelian templat untuk website sebagai media promosi dan pemasaran, (4) pengembangan website dengan sesuai kebutuhan untuk promosi dan pemasaran produk batik masyarakat kampung Kelembak. Keberadaan website ini diharapkan dapat membantu para pengrajin batik agar dapat melakukan promosi dan penjualan secara online. Dengan demikian, diharapkan penjualan batik akan lebih tinggi karena dapat dikenal calon konsumen dari berbagai tempat, serta dapat melakukan transaksi secara online, sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga melalui peningkatan penjualan.

b. Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahapan pelaksanaan kegiatan tim melakukan kegiatan penyuluhan tentang konsep dasar dan metode pemasaran digital, perencanaan pemasaran dan manajemen promosi dan pemasaran berbasis digital (website), termasuk bagaimana melakukan upload dan posting promosi produk termasuk deskripsi produk, harga dan tampilan, melihat statistik pengunjung, dan penggunaan aplikasi chat yang tersedia pada website untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan bila ada pertanyaan lain mengenai produk kerajinan batik. Pada tahapan ini juga memberikan penyuluhan dan sosialisasi tentang pemilihan pasar, perencanaan pasar, strategi penetapan harga dan sistem distribusi pemasaran produk serta pemasaran digital. Pemasaran digital merupakan suatu kegiatan pemasaran supaya produk atau jasa yang dijual lebih dikenal oleh calon konsumen serta mempengaruhi calon pembeli agar dapat membeli serta mengkonsumsi produk serta jasa perusahaan melalui media internet. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital tidak hanya fokus pada komunikasi pemasaran tetapi juga dapat menggambarkan saluran pemasaran. Saat ini pemasaran menjadi pilihan utama bagi pelaku usaha karena memiliki beberapa keunggulan seperti jangkauan yang luas, interaktif, informasi yang disampaikan terkini dan *up-to-date*, serta mudah dan bermanfaat dalam proses transaksi jual beli. pemasaran juga menjadi pilihan bagi para pelaku usaha karena biaya yang murah namun memiliki dampak pemasaran yang signifikan.



Gambar 4. Pelaksanaan kegiatan pengabdian



Gambar 5. Pelaksanaan kegiatan pengabdian

c. Evaluasi

Pada tahap evaluasi dilakukan kegiatan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Indikator keberhasilan program dari pelaksanaan kegiatan ini terlihat dari antusiasme mereka dalam bertanya tentang pemasaran digital termasuk bagaimana cara membuat label produk yang menarik, *eye catching* dan memuat informasi produk yang ditawarkan, bertambahnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat kampung Kelembak mengenai metode pemasaran konvensional ke pemasaran digital, perencanaan pemasaran dan manajemen promosi dan pemasaran berbasis digital (website), termasuk bagaimana melakukan upload dan posting promosi produk termasuk deskripsi produk, harga dan tampilan, melihat statistik pengunjung, serta penggunaan aplikasi chat yang tersedia pada website untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan bila ada pertanyaan lain mengenai produk kerajinan batik. Evaluasi ini dilakukan dengan pengisian kuesioner oleh peserta pelatihan dan sosialisasi yang terdiri dari penilaian terhadap jalannya dan manfaat yang didapat dari pelatihan ini (Anggraini & Rosalina, 2022).

Tabel 2. Evaluasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju
1	Secara keseluruhan saya puas atas adanya kegiatan PKM ini	88%	12%	
2	Kegiatan PKM yang dilakukan sesuai dengan tujuan saya dan sangat bermanfaat	85%	15%	
3	Materi pelatihan yang disampaikan dapat dipahami	86%	14%	
4	Kegiatan pelatihan yang dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan saya tentang promosi dan pemasaran digital	85%	15%	
5	Apabila ada kegiatan semacam ini diadakan kembali maka saya bersedia untuk berpartisipasi	87%	13%	

d. Pelaporan

Pada Tahap ini semua kegiatan, hasil kegiatan dimulai dari persiapan sampai dengan evaluasi dan informasi yang didapatkan selama kegiatan berlangsung dilaporkan dalam bentuk laporan lengkap dengan dokumentasi baik video maupun photo. Melalui pelaporan ini, maka dokumentasi kegiatan lebih tertata dan dapat bermanfaat bagi tim, mitra serta dapat berkontribusi bagi pengetahuan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk menambah wawasan masyarakat kampung kelembak mengenai pemasaran digital berbasis website sebagai tantangan dalam ekonomi global. Masyarakat kampung Kelembak dapat melakukan promosi dan pemasaran dengan pengembangan usaha kedepan dengan menggunakan strategi pemasaran digital berbasis website untuk produk batiknya sehingga dapat merambah penjualan produk batik secara internasional untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak dan pangsa pasar yang semakin luas dan potensial tentunya dan menjawab akan tantangan ekonomi global. (Friadi, 2022). Dengan meluasnya jangkauan pasar diharapkan dapat meningkatkan potensi penjualan produk batik kelembak lebih banyak lagi sehingga pendapatan yang diperoleh menjadi maksimal. Ketika pendapatan bertambah, masyarakat kampung Kelembak akan lebih bisa mempertahankan keberlangsungan usahanya dan turut membantu peningkatan perekonomian di Indonesia.

#### 4. Kesimpulan

Penggunaan internet sangat besar pada abad ini membuat semua transaksi perdagangan dan penjualan termasuk promosi sudah menggunakan jaringan internet. Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada masyarakat kampung Kelembak dengan sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital mampu membantu masyarakat kampung Kelembak untuk memperluas pasar dalam melakukan promosi dan pemasaran produk batik Kelembak serta membantu menyampaikan informasi

terkait dengan harga, jenis produk, kualitas dan promosi penjualan dengan pemanfaatan teknologi informasi dan internet berbasis website. Pada sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat ini juga membuka wawasan masyarakat kampung Kelembak agar lebih termotivasi dalam memproduksi dan mengembangkan usahanya dengan jangkauan yang lebih luas termasuk menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat kampung Kelembak bagaimana memanfaatkan teknologi untuk promosi dan memasarkan produk berbasis website.

### Ucapan terima kasih

Dengan selesainya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, kami dari tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih atas dukungan dan partisipasi yang diberikan, diantara kepada :

- 1) Rektor Universitas Batam. Prof. Dr. Ir. Samsul Rizal, M.Eng, IPU, Asean.Eng
- 2) Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. Dr. Malahayati Rusli Bintang, B.Sc. MPH
- 3) Dekan Fakultas Teknik dan Ekonomi Universitas Batam
- 4) Ketua Program Studi Sistem Informasi dan Ketua Program Studi Manajemen
- 5) Ketua RW, Ketua RT, Ketua Pemuda dan Pengrajin Batik Kampung Kelembak
- 6) Semua anggota tim yang terlibat dalam program pengabdian kepada masyarakat ini.

### Referensi

- Anggraini, L. D., & Rosalina, W. (2022). Pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis sak emkm pada pelaku usaha clothing line. *Dinamisia: jurnal pengabdian kepada masyarakat*, 6(2), 540-546.
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53-60.
- Friadi, J. (2022). Sosialisasi dan penyuluhan strategi pemasaran digital pada UMKM Baby Smart Bubur Bayi berbasis e-commerce. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 4(1), 71-77.
- Friadi, J., Satriawan, B., Widayanti, D. T., & Safarudin, M. S. (2023). Transformasi Media Pemasaran Ukm Batik Kampung Kelembak Berbasis Teknologi Digital. *Jurnal Pendekar Nusantara*, 1(1), 31-36.
- Kurniawan, D., Dzikri, A., & Permatasari, R. (2023). *E-Market Development for Fishermen and SMEs to Support Local Products in Hinterland Batam*. Paper presented at the Proceedings of the 2nd Multidisciplinary International Conference, MIC 2022, 12 November 2022, Semarang, Central Java, Indonesia.
- Lestari, M. A., Santoso, M. B., Mulyana, N., Sosial, K., Sosial, I., Politik, I., . . . Masyarakat, P. (2020). Penerapan teknik participatory rural appraisal (PRA) dalam menangani permasalahan sampah. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 1(1), 55-61.
- Magdalena, H., & Santoso, H. (2021). Sosialisasi pemasaran digital bagi pelaku industri rumahan di kabupaten bangka tengah. *Jurnal Abdidas*, 2(5), 1054-1063.
- Manuharani, N. N., Kencanawati, A. A. A. M., & Narti, N. K. (2022). *Perbandingan Efektivitas Digital Marketing Dengan Konvensional Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk UMKM (Studi Kasus: Kuta Metelu Herbal)*. Politeknik Negeri Bali.
- Safarudin, J. F. A. E. R. D. P. Y. M. S. (2022). Development of E-Commerce Applications to Support Digital- Based Marketing.
- Sinta, V., Rifa'i, M. N., & Priyono, S. (2023). Sosialisasi Pemasaran Berbasis E-Commerce pada Home Industri di Desa Mergotentrem Kabupaten Oku Timur. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 247-255.
- Suwarni, E., Handayani, M. A., Fernando, Y., Saputra, F. E., Fitri, F., & Candra, A. (2022). Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 187-192.
- Wisnuaji, P. T., Rachmawati, D., & Sudari, S. A. (2023). Penerapan Digital Marketing untuk Peningkatan Pemasaran UKM Heppi Kitchen Depok. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 139-146.