



**Pelatihan Pengembangan Jaringan Pemasaran Produk UMK
Berbasis Digital pada Kelompok UMK Desa Terusan
Kecamatan Maro Sebo Ilir Kabupaten Batang Hari**

*Training A Digital-Based UMK Product-Marketing Network
in the UMK Group Terusan Village Maro Sebo Ilir District of
Batanghari Regency*

Sumarni¹, Zulfina Adriani², Ovie Yanti^{3*}, Wahyu Juari Setiawan⁴, Al Paruk⁵
¹⁻⁵ Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

Alamat: Jl. Jambi - Muara Bulian No.KM. 15, Mendalo Darat, Kec. Jambi Luar Kota,
Kabupaten Muaro Jambi, Jambi

Korespondensi Penulis : yantiovie8@gmail.com*

Article History:

Received: Juli 04, 2024;

Revised: Juli 16, 2024;

Accepted: Juli 30, 2024;

Published: Agustus 02, 2024;

Keywords: Development, Marketing Network, UMK Products, Digital Based.

Abstract: *UMKM is one of the sectors that contribute to supporting the economy, given its labor-intensive nature. UMKM can effectively create jobs according to the abilities and skills of the community. One such group is the UMK group in Terusan Village, Maro Sebo Ilir District, which is known for its various types of traditional cakes, such as Cepak Kapung, Pedamaran, Engkak, Lapis Agar, Roti Kecil, Kue Bangkit, and various other snacks. The various products of the UMK in Terusan village administratively meet the standards set by the government, starting from business permits in the form of NIB and PIRT to halal certificates, which are facilitated by students through the Village Community Empowerment Program (P2MD) in 2023. However, the challenges faced by the UMKM Terusan Village are in terms of marketing their products. Marketing is still limited to local areas by word of mouth and is usually seasonal. This training can contribute to the development of a marketing network for UMK products in Terusan Village through the use of digital technology.*

Abstrak

UMKM merupakan salah satu sektor yang turut berkontribusi dalam menopang perekonomian, mengingat sifatnya yang padat karya, UMKM secara efektif mampu menciptakan lapangan pekerjaan sesuai dengan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat. Salah satunya adalah kelompok UMK yang ada di Desa Terusan Kecamatan Maro Sebo Ilir yang dikenal dengan aneka ragam kue tradisionalnya seperti Cepak Kapung, Gandus, Pedamaran, Engkak, Lapis Agar, Roti Kecil, Kue bangkit dan aneka panganan lainnya. Aneka produk UMK Desa Terusan secara administratif telah memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah mulai dari perizinan usaha berupa NIB, PIRT, hingga Sertifikat Halal yang pembuatannya difasilitasi oleh mahasiswa melalui Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (P2MD) Tahun 2023. Namun demikian tantangan yang dihadapi oleh UMK Desa Terusan ini adalah dalam hal pemasaran produk mereka. Selama ini pemasaran masih terbatas pada wilayah setempat, dari mulut ke mulut dan biasanya bersifat musiman. Dengan diadakannya pelatihan ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan jaringan pemasaran produk UMK Desa Terusa melalui pemanfaatan teknologi digital

Kata Kunci : Pengembangan, Jaringan Pemasaran, Produk UMK, Berbasis Digital.

1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam pengembangan perekonomian. Untuk itu pengembangan UMKM sangat diperlukan dalam rangka untuk mendukung ekonomi masyarakat khususnya di daerah pedesaan. Selain itu, UMKM juga merupakan salah satu alternatif solusi bagi permasalahan-permasalahan sosial seperti kemiskinan dan pengangguran di desa. Di tahun 2009, berdasarkan data Kementerian KUKM, UMKM merupakan 99,99% pelaku ekonomi nasional yang menyerap 97,30% tenaga kerja di Indonesia, dan menyumbang PDB atas dasar harga berlaku sebesar 56,53%. Namun kenyataan menunjukkan bahwa usaha kecil masih belum dapat mewujudkan kemampuan dan peranannya secara optimal dalam perekonomian nasional. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa usaha kecil masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, baik yang bersifat eksternal maupun internal, dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi, serta iklim usaha yang belum mendukung bagi perkembangannya.

UMKM merupakan salah satu roda penggerak perekonomian Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, sumbangan UMKM terhadap PDB Indonesia mencapai angka 60,34 persen pada tahun 2017. Artinya sekitar 60 persen nilai barang dan jasa yang diproduksi di Indonesia pada tahun 2017 berasal dari sektor UMKM. Oleh karenanya perlu dilakukan terobosan yang fundamental salah satunya adalah memberdayakan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Desa Terusan merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Maro Sebo Ilir Kabupaten Batang Hari. Sebagai salah satu desa tertua di Kabupaten Batang Hari, Desa Terusan memiliki warisan budaya dan juga warisan kuliner yang khas. Berbagai ragam makanan khas ini tidak hanya di buat untuk perayaan hari-hari tertentu saja tetapi juga digunakan untuk acara-acara adat. Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor Desa Terusan ada \pm 20 pelaku usaha dengan berbagai macam produk kuliner khas Desa Terusan seperti Cepak Kapung, Pedamaran, Gandus, Engkak, Lapis Agar, Roti Kecik, Kue Bangkit dan aneka penganan lainnya. Aneka macam produk kuliner tersebut telah mendapatkan NIB, PIRT, hingga Sertifikat Halal. Artinya secara administrasi produk kuliner Desa Terusan sudah dapat merambah pasar yang lebih luas karena sudah memenuhi ketentuan yang berlaku. Pemasaran tentunya akan semakin mudah dengan adanya kepemilikan izin produksi tersebut.



(a) Kue Bangkit

(b) Pedamaran

(c) Gandus

(d) Cepak Kapung



(e) Bolu Kcik

(f) Engkak

(g) Lapis Agar

Gambar 1. Kue Tradisional Desa Terusan

Pemasaran dapat didefinisikan secara ringkas sebagai kegiatan yang menghubungkan sebuah organisasi dengan sukses pada lingkungannya. (David G. Hughes, Marketing Management, Addison Wesley, 1978). Pemasaran adalah keseluruhan proses yang interaksi dengan pasar anda – kastemer dan calon kastemer. Inti dari pemasaran (*marketing*) adalah, mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Pemasaran adalah sebuah proses pemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Berdasarkan hasil survey awal dan diskusi bersama Kepala Desa Terusan pada tanggal 26 Maret 2024 bahwa tantangan atau permasalahan yang dihadapi oleh kelompok UMK Desa Terusan saat ini adalah dalam segi pemasaran produk UMK. Ruang lingkup pemasaran masih sangat terbatas dan belum dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Selama ini pemasaran hanya dari mulut ke mulut dan kemudian produksinya juga

bersifat musiman. Permasalahan lainnya yang dapat diidentifikasi adalah terkait desain dan teknik pengemasan masih kurang menarik. Padahal, kemasan adalah salah satu senjata dalam dunia bisnis saat ini. Melalui kemasan konsumen mampu memberikan penilaian terhadap karakter dan citra produk. Melalui kemasan produsen mampu menyampaikan nilai, isi, dan manfaat sebuah produk. Kemasan juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian oleh sebab itu kemasan sering dikatakan sebagai silent salesman. Permasalahan selanjutnya adalah bahwa masih ada pelaku UMK belum melek teknologi sehingga pemasaran masih terbatas hanya dari mulut ke mulut dan belum menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Di era Revolusi industri saat ini semua pelaku usaha dituntut untuk beradaptasi terhadap lingkungan bisnis yang cepat berubah salah satunya dengan mengandalkan teknologi digital. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan kinerja UMKM. Sosialisasi tentang digital marketing ini merupakan salah satu upaya untuk mewujudkan UMKM menuju digitalisasi sehingga dapat mencapai efektifitas pemasaran mereka dan kinerja UMKM yang meningkat.

Menurut data Facebook, 74% pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat mobile (Utomo, 2016). Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Permasalahan berikutnya adalah keterbatasan akses pemasaran produk UMK. Proses tradisional pertemuan pembeli-penjual tatap muka sekarang dapat dimediasi melalui media digital dan pada akhirnya memunculkan tren pemasaran baru. Munculnya model *e-commerce* seperti toko fisik Online, grup transaksi online, dan platform e-commerce membuktikan bahwa orang saat ini menginginkan akses mudah ke apa yang mereka inginkan.

Harapan Kepala Desa Terusan, untuk mengatasi kondisi tersebut, maka sangat diperlukan sekali adanya program pelatihan yang dapat membuka peluang bagi pelaku UMK ini untuk memperluas pangsa pasarnya. Strategi yang bisa dilakukan UMKM supaya dapat lebih maju dan berkembang adalah melalui strategi pemasaran yang menggunakan metode pemasaran digital. Dengan adanya strategi digital marketing yang diterapkan pada suatu usaha memungkinkan ketertarikan yang muncul pada perilaku pembelian masyarakat. Yang awalnya belum diketahui, dengan adanya teknologi digital ini suatu usaha bisa terakses dan tersampaikan kepada calon pelanggan melalui media maya. Oleh karena itu, sangat diperlukan pendampingan dari berbagai pihak yang terkait, termasuk

dari perguruan tinggi untuk dapat memberikan pelatihan agar pelaku UMK ini dapat mengembangkan jaringan pemasaran produk UMK dengan menggunakan teknologi digital.

Kondisi inilah yang melatarbelakangi Tim PPM dari FEB UNJA bermitra dengan Pemerintah Desa Terusan mencari solusi dan alternatif pemecahan masalah melalui kegiatan Pelatihan Pengembangan Jaringan Pemasaran Produk UMK Berbasis Digital pada Kelompok UMK Desa Terusan Kecamatan Maro Sebo Iilir Kabupaten Batang Hari karena UMKM merupakan salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus terus disupport kemajuannya.

2. METODE

Kegiatan Pelatihan Pengembangan Jaringan Pemasaran Produk UMK Berbasis Digital pada Kelompok UMK Desa Terusan Kecamatan Maro Sebo Iilir Kabupaten Batang Hari, dilaksanakan dengan menggunakan metode partisipatif. Istilah partisipasi merupakan terjemahan dari istilah yang diadopsi dari bahasa Inggris "*participation*". Menurut Kamus Bahasa Indonesia partisipasi diartikan sebagai "pengambilan bagian" atau "pengikutsertaan" (Poerwadarminta, 2000). Sehingga itu partisipasi menurut Marzuki (2004) mengandung makna semua pihak yang terkait mengambil bagian atau ikutserta secara aktif berdasarkan potensi yang dimilikinya secara bersama-sama.

Agar pendekatan partisipatif dapat berjalan efektif dalam pelaksanaan kegiatan PPM, maka mitra dalam kegiatan PPM ini adalah Perangkat Desa Terusan dan Pelaku UMK Desa Terusan. Partisipasi mitra dalam kegiatan PPM adalah memfasilitasi dan mempermudah Tim PPM untuk ikut berperanserta membantu mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh desa dan selanjutnya memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan melalui kegiatan pelatihan pengembangan jaringan pemasaran produk UMK berbasis digital pada kelompok UMK Desa Terusan. Perangkat Desa juga menyediakan sarana dan prasarana pendukung untuk kelancaran pelaksanaan program pelatihan. Dengan adanya kemitraan dan kerjasama antara Tim PPM FEB Universitas Jambi dan Pemerintah Desa Terusan, tujuan utama dari kegiatan PPM ini dapat tercapai sebagaimana tertuang dalam Visi Universitas Jambi yaitu A World Class Entrepreneurship University.

Sesuai dengan rencana yang telah di susun oleh Tim PPM FEB Universitas Jambi, maka tahapan atau langkah-langkah pelaksanaan kegiatan yang dijalankan adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PPM

| No | Tahapan Pelaksanaan | Uraian Kegiatan |
|----|---------------------|---|
| 1 | Tahap Awal | Mengadakan pembagian tugas antar anggota tim PPM Mempersiapkan surat menyurat terkait rencana kegiatan PPM dengan Mitra |
| 2 | Tahap Pendekatan | Tim PPM melakukan koordinasi dengan pemerintah desa terkait jadwal pelaksanaan survey awal ke lokasi dimana mitra berada. Melaksanakan survey awal ke lokasi dimana mitra berada sesuai dengan jadwal yang telah disepakati Tim dan Mitra Menyusun proposal kegiatan PPM berdasarkan hasil identifikasi permasalahan dilapangan. |
| 3 | Tahap Pelaksanaan | Kegiatan Pelatihan yang dilaksanakan oleh Tim PPM berlangsung selama 1 hari pada hari Kamis 18 Juli 2024. Ada beberapa kegiatan yang diagendakan dalam kegiatan pelatihan ini, yaitu penyampaian materi terkait pengembangan jaringan pemasaran produk UMK berbasis digital. Melaksanakan praktek pembuatan platform digital atau pemanfaatan media sosial lainnya dalam memasarkan produk UMK Desa Terusan |
| 4 | Tahap Penutup | Dengan berakhirnya kegiatan pelatihan yang diberikan oleh Tim PPM, kelompok sasaran yang terdiri dari Perangkat Desa, Kelompok UMK, Kelompok PKK dan produk unggulan masyarakat pada umumnya dapat memanfaatkan pengetahuan yang tersedia sebagai peluang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan ekonomi. Terbentuknya produk UMK desa yang dapat dikembangkan, diproduksi dan dipasarkan melalui platform digital marketing. |

3. HASIL

Pelatihan Pengembangan Jaringan Pemasaran Produk UMK Berbasis Digital pada Kelompok UMK Desa Terusan Kecamatan Maro Sebo Ilir Kabupaten Batang Hari dilaksanakan pada Kamis 18 Juli 2024, melalui kegiatan PPM ini menjadi harapan besar bagi Pemerintah Desa khususnya kelompok UMK Desa Pasar Terusan dapat mengembangkan jaringan pemasaran ke level yang lebih luas. Sebagaimana yang telah dijelaskan, bahwa kegiatan Pelatihan Pengembangan Jaringan Pemasaran Produk UMK Berbasis Digital pada Kelompok UMK Desa Terusan Kecamatan Maro Sebo Ilir Kabupaten Batang Hari, dilaksanakan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Tahap Awal

Tim PPM ini terdiri atas 5 orang dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Tim dosen memiliki latarbelakang bidang ilmu yang berbeda-beda. Sehingga pada tahap awal dari kegiatan PPM ini, tim mengadakan pembagian tugas di antar anggota tim agar memiliki tanggungjawab terhadap job deskripsi masing-masing sesuai dengan rencana pelaksanaan PPM. Tahap awal yang sekaligus merupakan tahap persiapan ini sudah dilaksanakan sejak bulan Februari hingga Maret 2024. Selain melakukan pembagian tugas dalam tim, juga persiapan terkait surat menyurat terkait dengan rencana kegiatan PPM yang akan dilaksanakan di Desa Terusan.

2. Tahap Pendekatan

Pada tahap ini tim yang diketuai oleh Ibu Dra. Sumarni, M.M melakukan koordinasi dengan pemerintah desa terkait jadwal pelaksanaan survey awal ke lokasi dimana mitra berada. Survey awal dan diskusi bersama Kepala Desa Terusan yang dilaksanakan pada tanggal 26 Maret 2024. Dari hasil survey awal ini teridentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh desa khususnya pelaku UMK dalam hal pemasaran produk kuliner khas Desa Terusan. Diskusi awal tidak hanya dilakukan bersama Kepala Desa Terusan, yaitu Bapak Iknak tetapi juga bersama pelaku UMK Desa Terusan. Dari hasil diskusi tersebut, maka Tim PPM menyusun proposal kegiatan PPM berdasarkan hasil identifikasi permasalahan dilapangan.



(a) Bersama Kades Terusan (b) Bersama Pelaku UMK

Gambar 2. Survey Awal

3. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan Pelatihan Pengembangan Jaringan Pemasaran Produk UMK Berbasis Digital pada Kelompok UMK Desa Terusan Kecamatan Maro Sebo Ilir Kabupaten Batang Hari dilaksanakan pada Hari Kamis 18 Juli Tahun 2024 bertempat di Balai Desa Terusan. Kegiatan pelatihan ini dibuka langsung oleh Kepala Desa Terusan serta dihadiri oleh seluruh Perangkat Desa Terusan. Sedangkan peserta pelatihan adalah pelaku UMK Desa Terusan yang telah memiliki legalitas usaha sebagaimana yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dalam kegiatan ini pelaku UMK berjumlah 20 orang. Pelaksanaan kegiatan pelatihan terbagi dalam 3 sesi, dimana pada sesi pertama adalah penyampaian materi oleh Tim PPM terkait digital marketing. Sesi kedua merupakan sesi diskusi, dan sesi ketiga adalah praktek pembuatan platform digital atau pemanfaatan media sosial seperti whatsapp, tik-tok, youtube, facebook serta media sosial lainnya dalam memasarkan produk UMK Desa Terusan.



(a) Pembukaan oleh Kades Bapak Iknak



(b) Penyampaian Materi oleh Dr. Zulfina Adriani, M.Sc



(c) Penyampaian Materi oleh Ovie Yanti, S.Sos., M.Si



(d) Penyampaian Materi oleh Wahyu Juari S, SE., MM



(e) Penyampaian Materi oleh Al Paruk, S.Ak., M.Ak

Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

4. Tahap Penutup

Dengan berakhirnya kegiatan Pelatihan Pengembangan Jaringan Pemasaran Produk UMK Berbasis Digital pada Kelompok UMK Desa Terusan Kecamatan Maro Sebo Ilir Kabupaten Batang Hari yang diberikan oleh Tim PPM FEB Universita Jambi, kelompok sasaran yang terdiri dari Perangkat Desa, Kelompok UMK, Ibu PKK dan masyarakat pada umumnya dapat memanfaatkan pengetahuan yang tersedia sebagai peluang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan ekonomi. Terutama sekali, terbentuknya produk UMK desa yang dapat dikembangkan, diproduksi dan dipasarkan melalui platform digital marketing.



(a) Bersama Kepala Desa

(b) Bersama Perangkat Desa

(c) Bersama Pelaku UMK

Gambar 4. Penutup : Sesi Foto Bersama

4. DISKUSI

Berdasarkan hasil survey awal dan diskusi bersama Kepala Desa Terusan pada tanggal 26 Maret 2024 bahwa tantangan atau permasalahan yang dihadapi oleh kelompok UMK Desa Terusan saat ini adalah desain dan teknik pengemasan masih kurang menarik, pelaku UMK Desa Terusan belum semuanya melek teknologi sehingga pemasaran masih terbatas hanya dari mulut ke mulut dan belum menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, serta kurangnya akses untuk memasarkan produk UMK. Dengan dilaksanakannya Pelatihan Pengembangan Jaringan Pemasaran Produk UMK Berbasis Digital pada Kelompok UMK Desa Terusan Kecamatan Maro Sebo Ilir Kabupaten Batang Hari pada Hari Kamis tanggal 18 Juli 2024 di Balai Desa Terusan, maka solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan jaringan pemasaran produk UMK secara sistematis adalah sebagai berikut :

1. Masalah desain dan teknik pengemasan masih kurang menarik dapat diatasi dimulai dari pemilihan logo yang merepresentasikan value dari produk UMK, lalu ada juga tagline, warna khas, hingga konten di blog maupun sosial media yang dimiliki oleh pelaku UMK Desa Terusan.
2. Untuk mengatasi masalah pelaku UMK belum melek teknologi, maka pelatihan pengembangan jaringan pemasaran produk UMK berbasis digital pada kelompok UMK Desa Terusan ini adalah dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut. Di dalam kegiatan pelatihan ini tidak hanya disampaikan materi secara teoritis saja tetapi juga menghadirkan narasumber dari pelaku UMK yang telah berhasil membangun brand produk kulinernya sehingga mampu menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dengan penghasilan tertinggi mencapai 90juta/bulan dan penghasilan terendahnya 6juta/bulan. Pelatihan ini merupakan solusi paling tepat dari kendala pemasaran ini. Harus ada kemauan belajar dan beradaptasi dari pelaku UMK dengan dunia digital karena kedepannya pun marketing akan terus dipengaruhi oleh digitalisasi.
3. Sedangkan solusi kurangnya akses untuk memasarkan produk UMK adalah dengan menerapkan sistem pemasaran berbasis internet atau jaringan lainnya yang saling terhubung untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas karena alat-alat digital marketing telah didesain sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh data yang akurat tentang kebiasaan dan preferensi pengguna terkait segmen pasar tertentu, atau terkait produk dan jasa yang ditawarkan. Reputasi Brand/Merek UMKM juga dapat meningkat karena sebagian besar pembeli umumnya akan mencari produk atau layanan terlebih dahulu di internet sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi.

Tim PPM dari FEB Universitas Jambi akan terus berkontribusi dan mendukung program pembangunan desa terutama yang terkait dengan peningkatan perekonomian masyarakat desa. Dengan memanfaatkan berbagai bidang keahlian yang dimiliki oleh anggota Tim PPM, dapat membantu mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.

5. KESIMPULAN

Kegiatan PPM ini tidak hanya merefleksikan komitmen tim terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEKS) tetapi juga terhadap peningkatan ekonomi masyarakat khususnya pelaku UMK di Desa Terusan. Sesuai dengan arah kebijakan IPTEKS Universitas Jambi yang tertuang di dalam Rencana Strategis Universitas Jambi bahwa salah satunya adalah menciptakan iklim inovasi dan kreativitas dalam bentuk pengembangan yang tepat untuk mendorong penguatan struktur industri, Usaha Kecil dan Menengah (UKM), maka Tim PPM melaksanakan kerjasama dan kemitraan dengan Perangkat Desa Terusan untuk memberikan Pelatihan Pengembangan Jaringan Pemasaran Produk UMK Berbasis Digital pada Kelompok UMK Desa Terusan Kecamatan Maro Sebo Ilir Kabupaten Batang Hari. Dengan adanya kegiatan Pelatihan Pengembangan Jaringan Pemasaran Produk UMK Berbasis Digital pada Kelompok UMK dapat membuka wawasan pelaku UMK mengenai pentingnya digital marketing dalam memasarkan produk UMK, membuka akses dan memperluas jaringan pemasaran produk UMK berbasis digital serta berkembangnya jaringan pemasaran produk UMK tidak hanya secara offline tetapi juga secara online.

DAFTAR REFERENSI

- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran digital marketing dalam upaya pengembangan UMKM berbasis teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(1), 92.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran (Dasar dan konsep). *Pemasaran*, (September), 396.
- Hanim, L., & Noorman, M. S. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & bentuk-bentuk usaha*.
- Putu, K., & Putu, N. (2021). *Tata kelola manajemen & keuangan usaha mikro kecil menengah*. CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Sangian, D. A., Dengo, S., & Pombengi, J. D. (2018). Pendekatan partisipatif dalam pembangunan di Desa Tawaang Kecamatan Tenga Kabupaten Minahasa. *Jurnal Administrasi Publik*, 4(56).
- Siska Meilya, P. M., Silviana, Fiqia, & Burhan, U. (2023). Penerapan strategi digital marketing pada UMKM makanan dan minuman khas Gresik. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan* (pp. 485–497).
- Siswanto, Saputro, A. M., & Prasetyo, B. H. (2022). Desain branding kemasan produk UMKM yang menarik dan ekonomis. In *Prosiding Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi* (pp. 194–201).
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182.