

# Penguatan UMKM Kaliagung Batik melalui Peningkatan Kapasitas Anggota dalam Spirit Kewirausahaan dan Pemasaran Digital menuju UMKM Mandiri

Rubiyatno\*<sup>1</sup>, Maria Vincentia Eka Mulatsih<sup>2</sup>, Agnes Maria Polina<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Indonesia

<sup>2</sup>Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sanata Dharma, Indonesia

<sup>3</sup>Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Sanata Dharma, Indonesia

\*e-mail: [rubi@usd.ac.id](mailto:rubi@usd.ac.id)<sup>1</sup>, [mv\\_ika@usd.ac.id](mailto:mv_ika@usd.ac.id)<sup>2</sup>, [a.m.polina@usd.ac.id](mailto:a.m.polina@usd.ac.id)<sup>3</sup>

## Abstrak

Program ini dilakukan melalui peningkatan spirit kewirausahaan anggota serta pemanfaatan teknologi pemasaran digital untuk memperluas akses pasar. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi pelatihan spirit kewirausahaan anggota, strategi pemasaran digital, optimalisasi platform e-commerce, serta workshop. Para anggota Batik Kaliagung juga mampu mengembangkan produk yang lebih inovatif, baik dari segi desain maupun diversifikasi produk. Hasil dari kegiatan ini adalah terjadi peningkatan jumlah anggota yang aktif membuat sehingga menyebabkan peningkatan jumlah produksi batik. Selain itu juga terjadi perluasan jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan e-commerce. Ke depan, sebaiknya kemitraan eksternal dengan memanfaatkan lebih optimal teknologi digital, serta terus meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan teknologi terbaru sehingga menjadikan Batik Kaliagung sebagai UMKM yang mandiri.

**Kata Kunci:** Batik, E-Commerce, Kewirausahaan, Pemasaran Digital, UMKM

## Abstract

This program is carried out by increasing the entrepreneurial spirit of members and utilizing digital marketing technology to expand market access. Activities carried out include training in the entrepreneurial spirit of members, digital marketing strategies, optimizing e-commerce platforms, and workshops. Batik Kaliagung members are also able to develop more innovative products, both in terms of design and product diversification. The results of this activity are an increase in the number of members who are actively making batik, resulting in an increase in the amount of batik production. In addition, there is also an expansion of marketing reach by utilizing e-commerce. In the future, external partnerships should utilize digital technology more optimally, and continue to increase production capacity by utilizing the latest technology so that Batik Kaliagung becomes an independent MSME.

**Keywords:** Batik, E-Commerce, Entrepreneurship, Digital Marketing, UMKM

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang mempunyai peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam hal lapangan kerja yang diciptakan maupun dalam hal jumlah usaha. UMKM memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi besar terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja (Negara & Sholihah, 2023). Namun, banyak UMKM, termasuk Kaliagung Batik, masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan kapasitas bisnis mereka. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan dalam adopsi pemasaran digital serta rendahnya kapasitas kewirausahaan (Rozinah & Meiriki, 2020). UMKM Batik Kaliagung merupakan kegiatan karang taruna yang terletak di desa Banyunganti Kidul, Kalurahan Kaliagung, Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Beragam motif unik yang terinspirasi dari beragam hal yang ada di Kaliagung seperti cakiyar asmaranala (motif ayam hutan), sungsang ananta (motif bunga sungsang), monying pastika (motif batu monying), gebang wiguna (motif pohon gebang), deling wulung (motif bambu), agung balakosa (motif gabungan antara monying pastika, cakiyar asmaranala, gebang wiguna, dan sungsang ananta) telah diproduksi.



Gambar 1. Tempat Pembuatan Batik Kaliagung

Jenis batik yang diproduksi meliputi batik tulis, batik cap dan batik kombinasi. Situasi saat ini, selain produksi kain batik, Batik Kaliagung juga menyediakan pelatihan membatik bagi siswa-siswi SD, SMP hingga SMA. Konsumen terjauh dari Batik Kaliagung masih dalam lingkup daerah yakni Sedayu sedangkan akun Instagram hanya pernah menerima satu pesanan. Target produksi untuk tahun 2024 yakni 20 kain per bulan.



Gambar 2. Proses Pewarnaan dan Pengecapan

Saat ini, pemasaran digital telah menjadi elemen kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM, tetapi banyak pelaku usaha belum memahami strategi branding dan penggunaan media sosial secara optimal (Putri et al., 2023). Tanpa strategi digital yang efektif, UMKM kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu, masih terdapat keterbatasan dalam inovasi kewirausahaan di kalangan UMKM. Banyak pelaku usaha yang belum memiliki pola pikir adaptif dan kurang memahami model bisnis yang inovatif (Indrahti & Andita Meirina, 2020). Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kapasitas anggota UMKM dalam bidang kewirausahaan dan pemasaran digital agar mereka dapat bertahan dan berkembang. Dalam mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan spirit kewirausahaan Anggota UMKM terkait dengan Memberikan pelatihan inovasi bisnis, strategi pengelolaan usaha, dan pengembangan produk berbasis potensi lokal (Hamer et al., 2022). Serta mendorong kreativitas dan daya adaptasi dalam menghadapi tantangan pasar. Selain itu juga bertujuan untuk meningkatkan Pemanfaatan Pemasaran Digital, dengan melatih UMKM dalam pembuatan konten digital, serta strategi pemasaran berbasis e-commerce dan memberikan wawasan tentang pentingnya digitalisasi dalam operasional UMKM. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM Kaliagung Batik dapat meningkatkan spirit kewirausahaan dan pemasaran digital mereka sehingga menjadi lebih mandiri dan kompetitif.

## 2. METODE

Kegiatan PKM ini dilakukan untuk memberikan solusi UMKM Kaliagung Batik. Permasalahan utama adalah belum mampu menjadi mata pencaharian bagi anggota, dikarenakan jumlah produksi sehingga kegiatan pemasaran yang masih terbatas. karena belum semua anggota terlibat aktif. Maka perlu mencari solusi yang membuat mitra terjadi peningkatan produksi,

sehingga akan meningkatkan pendapatan anggota, selain itu akan meningkatkan keaktifan anggota dalam kegiatan Kaliagung Batik melalui kegiatan produksi dan pemasaran. Metode yang dipergunakan dalam melaksanakan pengajuan hibah pengabdian kali ini yaitu dengan penyuluhan, dan workshop, serta pendampingan, monitoring dan evaluasi untuk menjaga kerbelanjutan. Penyuluhan dimaksudkan untuk meningkatkan kapasitas terkait spirit kewirausahaan dan pemahaman pemasaran digital. Workshop, mitra ditingkatkan ketrampilan membatik dan pemanfaatan *e-commerce*. Pendampingan dilakukan untuk pembuatan konten web *e-commerce* dan pemanfaatan web *e-commerce*. Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menjamin ketercapaian sasaran dari kegiatan penyuluhan, workshop dan pendampingan. Pelaksanaan pengabdian direncanakan akan dilakukan secara tatap muka langsung. Tempat pelatihan untuk bidang produksi dan bidang pemasaran yaitu di lokasi mitra yang berada di Kalurahan Kaliagung, Kapanewon Sentolo Kabupaten Kulon Progo. Peserta kegiatan ini adalah anggota kelompok Kaliagung Batik. Bidang permasalahan yang disasar tim PkM adalah permasalahan dalam bidang produksi dan permasalahan dalam bidang pemasaran. Berikut ini penjelasan solusi dari permasalahan mitra:

Tabel 1. Permasalahan Bidang Produksi

No	Permasalahan Mitra	Solusi yang ditawarkan	Metode
1.	Jumlah anggota kelompok yang terlibat aktif masih terbatas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mitra dibantu dan dibimbing dengan cara diberi pelatihan kewirausahaan</li> </ul>	Penyuluhan dan pendampingan Spirit Kewirausahaan
2.	Jumlah Produksi yang masih terbatas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mitra dibantu dan dibimbing dengan cara diberi pelatihan dan workshop membatik sehingga termotivasi untuk terlibat dalam kegiatan di Kaliagung Batik</li> <li>Mitra diberi alat dan bahan membatik</li> </ul>	Workshop membatik Penyerahan alat dan bahan membatik

Tabel 2. Permasalahan Bidang Pemasaran

No	Permasalahan Mitra	Solusi yang ditawarkan	Metode
1.	Belum memiliki wawasan tentang pemasaran digital yang efektif dan efisien	Mitra dibantu dan dibimbing dengan cara diberi penyuluhan tentang teori berbagai pemasaran digital.	Penyuluhan
2.	Belum memiliki konten konten promosi digital yang terencana tersistematis.	Mitra diberi didampingi dalam pembuatan konten	Pendampingan
3.	Belum memiliki <i>website e-commerce</i> sebagai sarana promosi dan penjualan.	Pembangunan Website <i>e-commerce</i> untuk UMKM Batik Kayu Kaliagung.	Pembangunan Iptek
4.	Belum memiliki kemampuan menggunakan <i>website e-commerce</i> untuk promosi dan penjualan.	Workshop menggunakan <i>e-commerce</i> untuk promosi dan penjualan Batik Kaliagung.	Workshop

Mitra diharapkan berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan program. Hal ini diwujudkan pada antusiasme peserta yaitu anggota kelompok Kaliagung Batik. Mitra menyiapkan bahan baku dan peralatan yang sudah dimiliki. Menyediakan tempat dilengkapi sarana-pra sarana yang mendukung untuk kegiatan, penyuluhan/pemaparan/penjelasan, pelatihan, dan workshop secara langsung.

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan pada ketercapaian pelaksanaan masing-masing program dengan pengukuran secara kuantitatif level keberdayaan mitra sebelum dan sesudah kegiatan sehingga diperoleh deskripsi hasil uji/skor keterampilan dalam spirit kewirausahaan dan membatik, deskripsi jumlah anggota yang aktif, deskripsi peningkatan kapasitas produksi, deskripsi peningkatan jenis produk dan deskripsi peningkatan pemasaran dan jumlah penjualan. Keberlanjutan program setelah kegiatan selesai akan terus dilakukan sebagai wujud

pendampingan Universitas pada masyarakat sesuai dengan Perjanjian Kerja Sama Lembaga Penelitian Pengabdian kepada Masyarakat dengan Kalurahan Kaliagung, Kapanewon Sentolo Kabupaten Kulon Progo, dimana selama ini telah menjadi lokasi KKN mahasiswa Universitas Sanata Dharma dan akan berlanjut ke depannya.

Tabel 3. Tahapan Rencana Kegiatan

Tahapan	Aktivitas
Perencanaan dan persiapan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Observasi kondisi permasalahan UMKM Batik Kaliagung sebagai kelompok Usaha.</li><li>• Identifikasi permasalahan UMKM Batik Kaliagung sebagai kelompok Usaha.</li></ul>
Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Penyuluhan spirit kewirausahaan dengan melihat potensi usaha Kaliagung Batik, khususnya mengenai prospek usaha batik agar menjadi usaha yang mandiri</li><li>• Workshop membatik khas Kaliagung Batik</li><li>• Pembangunan dan Implementasi e-commerce Batik Kaliagung</li><li>• Worskshop Sosialisasi Pemasaran Digital penggunaan <i>website e-commerce</i> Batik Kaliagung</li><li>• Pembuatan konten konten promosi secara digital</li><li>• Pendampingan Pemasaran dan Penjualan secara <i>on-line</i> melalui <i>wesite e commerce</i></li></ul>
Evaluasi	Evaluasi masing- masing pelaksanaan kegiatan yang diukur secara kuantitatif level keberdayaan mitra sebelum dan sesudah kegiatan sehingga diperoleh deskripsi hasil uji/skor keterampilan, deskripsi jumlah anggota, deskripsi peningkatan kapasitas produksi, deskripsi peningkatan jenis produk batik dan deskripsi peningkatan jumlah penjualan

Tim pelaksana kegiatan pengabdian ini terdiri dari satu ketua dan dua anggota yang memiliki kompetensi multidisiplin sesuai dengan bidang yang diusulkan. Selain itu, pengabdian juga melibatkan sejumlah dua orang mahasiswa dengan rumpun ilmu yang berbeda.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Pelaksanaan dan Hasil Penguatan Bidang Produksi

##### 3.1.1. Penyuluhan dan Pendampingan Spirit Kewirausahaan

Penyuluhan spirit kewirausahaan dengan melihat potensi usaha Kaliagung Batik, khususnya mengenai prospek usaha batik agar menjadi usaha yang mandiri, dilaksanakan di Sanggar Batik Kaliagung pada tanggal 14 Juli 2024, dengan peserta karang taruna yang terlibat dalam kegiatan membatik.



Gambar 3. Penyuluhan Spirit Kewirauahaan

Pelatihan spirit kewirausahaan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengembangkan usaha mereka. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta

mengalami keterbatasan dalam strategi pengelolaan bisnis dan inovasi produk. Setelah mengikuti pelatihan, terdapat peningkatan dalam kemampuan peserta untuk mengembangkan model bisnis yang lebih kompetitif dan inovatif. Hal ini terbukti dari peningkatan jumlah peserta yang mampu mengidentifikasi peluang bisnis baru dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif, hal ini sesuai dengan kegiatan yang dilakukan oleh Prabaningrum (Purbaningrum et al., 2021). Adapun dampak yang lebih luas dari pelatihan ini adalah meningkatnya semangat kewirausahaan di kalangan peserta. Mereka menjadi lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan bisnis dan lebih termotivasi untuk mengembangkan usaha mereka secara mandiri (Faliza et al., 2022). Secara keseluruhan, hasil pelatihan menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas kewirausahaan dan penerapan pemasaran digital sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan kemandirian UMKM. Dengan adanya pendampingan dan pelatihan yang berkelanjutan, UMKM di Kaliagung Batik dapat berkembang lebih baik dan memiliki daya saing yang lebih tinggi Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Hasriyani serta Septiandika & Lailatul Fitria (Hasriyani et al., 2023) (Septiandika & Lailatul Fitria, 2022).

### 3.1.2. Workshop Membuatik

Workshop membuatik khas Kaliagung Batik, dilaksanan di sanggar Batik Kaliagung dengan peserta lebih dari 20 anggota karang taruna, dilaksanakan pada 24 Agustus 2024 di sanggar Batik Kaliagung. Kegiatan ini dilakukan mulai dari pemotongan kain, penggambaran pola, batik tulis, batik cap, teknik pewarnaan, penghilangan malam dan penjemuran, seperti terlihat pada gambar 4, 5 dan 6.



Gambar 4. Cara memotong bahan kain secara benar



Gambar 5. Praktik cara membuatik Batik Tulis



Gambar 6. Hasil karya workshop membatik

Pada saat kegiatan workshop juga dilakukan penyerahan Alat dan Bahan Membatik secara simbolis yang dilakukan oleh tim pengabdian dan diterima oleh mitra, seperti pada gambar 7.



Gambar 7. Penyerahan alat dan bahan membatik ke UMKM Batik Kaliagung

Workshop ini tidak hanya memberikan pengetahuan dasar tentang teknik membatik, tetapi juga menanamkan semangat dan rasa kepemilikan terhadap tradisi lokal. Dengan mengajarkan keterampilan ini dalam lingkungan yang mendukung dan kolaboratif, para anggota tidak hanya memperoleh keterampilan baru, tetapi juga merasa lebih termotivasi untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan membatik yang berkelanjutan. Hal ini mencerminkan bahwa ketika anggota muda diberikan akses dan bimbingan yang tepat, mereka cenderung untuk terlibat lebih dalam kegiatan yang mendukung pengembangan diri dan pelestarian budaya. Selain itu, keterlibatan yang meningkat ini juga dapat dihubungkan dengan dampak sosial positif dari kegiatan membatik yang diselenggarakan oleh Karang Taruna. Kegiatan ini tidak hanya memberikan keterampilan praktis tetapi juga memperkuat ikatan antar anggota, meningkatkan rasa kebersamaan, dan memberikan rasa pencapaian bersama. Dengan terus mengadakan workshop dan memperluas skala kegiatan membatik, diharapkan semakin banyak anggota yang terlibat, yang pada gilirannya akan memperkuat komunitas dan membantu menjaga serta mengembangkan tradisi membatik di kalangan generasi muda. Peningkatan jumlah anggota dari 12 menjadi 21 yang terlibat dalam kegiatan membatik menunjukkan adanya keberhasilan dari pendekatan awal melalui workshop membatik, bahkan dengan melibatkan anggota *disable*. Hasil dari kegiatan ini peningkatan jumlah produksi dalam bulan Agustus, September tahun 2024, dari 20 potong menjadi 30 potong setiap bulannya.

### 3.2. Pelaksanaan dan Hasil Penguatan Bidang Pemasaran

#### 3.2.1. Tahap Analisa Sistem UMKM Batik Kaliagung

Pada tahap Analisa Sistem ini dilakukan :

- a. Mengamati proses pemasaran dan penjualan Batik Kaliagung yang dilakukan secara manual.

- b. Mengidentifikasi masalah yang dihadapi UMKM Batik Kaliagung secara lebih mendalam.
- c. Mengidentifikasi kebutuhan UMKM Batik Kaliagung, melalui interview, observasi, dan pertemuan dengan para pengurus UMKM Batik Kaliagung seperti terlihat di gambar 8.



Gambar 8. Wawancara tentang pemasaran dan penjualan Batik Kaliagung

Hasil tahap Analisa Sistem adalah :

- a. Diperoleh gambaran proses keseluruhan tentang pemasaran dan penjualan yang telah dilakukan selama ini.
- b. Diketahui masalah-masalah pemasaran dan penjualan batik yang dilakukan secara manual, yaitu terutama pada jangkauan pemasaran dan penjualan yang hanya terbatas pada daerah setempat saja.
- c. Teridentifikasi dibutuhkan *e-Commerce* yang khusus untuk UMKM Batik Kaliagung.

### 3.2.2. Tahap Disain Sistem *e-Commerce* Batik Kaliagung

Pada tahap Disain Sistem ini dilakukan :

- a. Mengidentifikasi kebutuhan pengguna (*user need assesment*) UMKM Batik Kaliagung secara lebih mendalam melalui interview, observasi, dan pertemuan dengan pengurus UMKM Batik Kaliagung, seperti terlihat di gambar 9.
- b. Mendisain Sistem *web e-Commerce* Batik Kaliagung yang paling sesuai dengan hasil analisa sistem dan kebutuhan pengguna.



Gambar 9. Presentasi Disain Prototype *e-Commerce* Batik Kaliagung

### 3.2.3. Hasil tahap Disain Sistem *e-Commerce* Batik Kaliagung ini adalah :

- a. Disepakati disain untuk : *home page e-Commerce*, produk batik-batik yang dijual, form register pelanggan, keranjang belanja, transaksi pembayaran secara *on-line*, laporan penjualan, keuangan, dll.
- b. Terbentuk disain basis data, disain teknologi hardware dan disain *user interface software e-Commerce* Batik Kaliagung yang paling sesuai untuk admin UMKM Batik Kaliagung maupun customer.

### 3.2.4. Tahap Implementasi dan Demo Program *e-Commerce* Batik Kaliagung

Pada tahap ini meliputi :

- a. Pembuatan program (*coding*) *e-Commerce* Batik Kaliagung dilaksanakan di kampus USD.

- b. Demo Program untuk meminta masukan dari seluruh anggota UMKM apakah fitur-fitur) *e-Commerce* Batik Kaliagung apakah sudah sesuai dengan kebutuhan, seperti terlihat di gambar 10.



Gambar 10. Demo Program fitur-fitur *e-Commerce* Batik Kaliagung di hadapan seluruh anggota UMKM

### 3.2.5. Tahap Instalasi Software *e-Commerce* Batik Kaliagung

Pada tahap ini meliputi :

- a. Instalasi program dan basis data ke *web server*  
b. *Hosting e-commerce* [www.batikkaliagung.com](http://www.batikkaliagung.com), dengan tampilan seperti di gambar 11.



Gambar 11. *E-Commerce* [www.batikkaliagung.com](http://www.batikkaliagung.com) telah berhasil dihosting dan diakses via internet

Hasil penguatan pemasaran digital berhasil meningkatkan pemahaman peserta dalam penerapan pemasaran digital, terutama terkait dengan pembuatan konten digital dan pemanfaatan *e-commerce*. Sebelum kegiatan, hanya sekitar 30% anggota yang memahami penggunaan pembuatan dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai alat pemasaran, sedangkan setelah kegiatan meningkat menjadi 75%.

## 4. KESIMPULAN

Program ini telah memberikan dampak positif terhadap perkembangan Batik Kaliagung, baik dari segi pengelolaan usaha maupun akses ke pasar yang lebih luas. Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan yakni telah terjadi peningkatan kapasitas kewirausahaan, sehingga UMKM Batik Kaliagung mampu menambah jenis maupun jumlah produksi dan terjadi perluasan jangkauan pasar dalam meningkatkan penjualan. Dengan pelaksanaan dalam ke depan sebaiknya Batik Kaliagung terus meningkatkan kemampuan kemampuan membatik, pemasaran digital dengan terus mengikuti perkembangan teknologi produksi maupun teknologi membatik. Hal ini dapat dilakukan pendampingan terkait penyusunan rencana pemasaran, pengolahan *database* pelanggan. Dengan program yang berkelanjutan tersebut diharapkan Batik Kaliagung mampu tumbuh menjadi UMKM yang semakin mandiri.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih atas dana yang diberikan oleh Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi untuk Pendanaan Tahun 2024.

## DAFTAR PUSTAKA

- Faliza, N., Naz'aina, N., & Fahrizal, E. (2022). Training on Entrepreneurship Proposal Writing (Pkm-K). *Irpitage Journal*, 2(2), 75–78. <https://doi.org/10.54443/irpitage.v2i2.336>
- Hamer, W., Rohimajaya, N. A., Hamer, W., & Nasiruddin. (2022). Meningkatkan Semangat Berwirausaha Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Produksi Kopi Ratu Luwak Liwa Lampung Barat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(2), 433–443. <https://doi.org/10.30653/002.202272.101>
- Hasriyani, Fajar Putera, A., Haning, T., & Ahmad, B. (2023). Analysis of the Influence of Internal and External Factors on the Entrepreneurial Behavior of UMKM in Northern Kalimantan Province. *KnE Social Sciences*, 2023, 821–830. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i17.14180>
- Indrahti, S., & Andita Meirina, F. (2020). Entrepreneurship Empowerment of UMKM Diversity Growth in Cultural Environment Semarang. *E3S Web of Conferences*, 202, 1–10. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202020207064>
- Negara, M. H. P., & Sholihah, D. D. (2023). Pemanfaatan Digital Branding UMKM Barongan Wisanggeni Guna Mendukung Tercapainya SDGs Desa Kewirausahaan. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 71–77. <https://doi.org/10.47233/jpmitc.v2i2.1086>
- Purbaningrum, C. W. D., Afriyanti, & Cahyono, H. (2021). Development of The Entrepreneurship Mentoring Model with The Great Technopreneur Principles for UMKM Affected by Covid-19 in Gunungkidul Regency. *Proceedings of the 1st International Conference of Education, Social and Humanities (INCESH 2021)*, 581(Incesh), 90–95. <https://www.atlantispress.com/article/125962192.pdf>
- Putri, L. T., Rahmawati, R., Salis, M., & Ikhsan, A. (2023). Digital Marketing Exploitation Training in an Effort to Increase the Potential Selling Power of Female UMKM in Pekanbaru City. *Indonesian Journal of Advanced Social Works*, 2(6), 447–454. <https://doi.org/10.55927/darma.v2i6.7703>
- Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(2), 134. <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10573>
- Septiandika, V., & Lailatul Fitria, N. J. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Kreatifitas Usaha terhadap Pengembangan UMKM (Riset UMKM Sektor Ekonomi Biru di Kecamatan Mayangan, Kota Probolinggo). *Eksos*, 18(1), 58–70. <https://doi.org/10.31573/eksos.v18i1.441>

**Halaman Ini Dikосongkan**