

Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Tag Lokasi Usaha Berbasis *Google Maps* sebagai Upaya Promosi UMKM di Kota Ambon

Training and Mentoring for Creating Business Location Tags on *Google Maps* to Promote MSME in Ambon City

Heaven V. Sahetapy¹, Hendri Dony Hahury^{2*}, Stellamaris Metekohy³, Steven Siaila⁴,
Fahrudin Ramly⁵, Muhammad Bugis⁶, Muspida⁷, Jopie Tamtelahitu⁸, Hermi Oppier⁹,
Terezia V. Pattimahu¹⁰

¹Fakultas Hukum, Universitas Pattimura, Jalan Ir. M. Putuhena, Ambon, 97233 – Indonesia
^{2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Jalan Ir. M. Putuhena, Ambon, 97233
– Indonesia

*E-mail corresponding author: hahury31@gmail.com

Received: 20 Januari 2024; Revised: 7 Maret 2024; Accepted: 19 April 2024

Abstrak. Pengembangan UMKM agar dapat diketahui masyarakat luas seringkali diperhadapkan dengan keterbatasan akibat minimnya pengetahuan dan promosi, terlebih promosi yang dilakukan para pelaku UMKM hanya terbatas dari mulut ke mulut saja dan para pembeli juga hanya berasal dari masyarakat sekitar. Padahal optimalisasi UMKM dapat dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi *Google Maps* sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Untuk itu tujuan dari pelaksanaan PkM (Pengabdian kepada Masyarakat) adalah melatih dan mendampingi mitra UMKM dalam membuat titik-titik (tag) lokasi usaha berbasis *Google Maps* sebagai upaya promosi. Metode PkM yang dilakukan adalah pelatihan yang disampaikan dengan metode ceramah. Dimana, kegiatan pelatihan dan demonstrasi digunakan untuk memberikan pemahaman dan contoh kepada mitra UMKM tentang pemanfaatan *Google Maps* sebagai sarana promosi usaha yang dilaksanakan pada 13-17 Oktober 2023. Kegiatan PkM ini bertempat di aula kantor kelurahan Rijali, Kecamatan Sirimau, Kota Ambon dengan dihadiri peserta sebanyak 25 orang mitra UMKM di wilayah kelurahan Rijali. Hasil Pengabdian yang dilakukan terdapat peningkatan kemampuan dalam melakukan promosi melalui penggunaan *Google Maps*. Dampak setelah dilaksanakannya pelatihan adalah peningkatan pengetahuan mitra UMKM dalam penggunaan aplikasi *Google Maps* dibandingkan skor pretest. Luaran Pengabdian yang dilakukan adalah mitra UMKM sudah masuk *Google Maps*.

Kata Kunci: *google maps*; pelatihan dan pendampingan; promosi; UMKM;

Abstract. Efforts to promote micro, small, and medium enterprises (MSME) are frequently limited by the knowledge on promotion, particularly because they rely on the word of mouth and the customers are the nearby communities. In fact, advertising on Google Maps is a powerful way to attract more customers. For this reason, the Community Service (Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)) aims to train and mentor MSME partners in Rijali Village, Sirimau District, Ambon City in developing Google Maps-based business location tags for promotional purposes, delivered through lectures with elaborated explanation and demonstration. There was a total of 25 MSME partners participated in these PkM activities which took place on October 13 – 17, 2023. After the training and mentoring, there is an increase in the MSME partners' knowledge and promotion skills using Google Maps compared to their pre-test score. The PkM output results in the MSMEs in Rijali Village being tagged on Google Maps.

Keywords: google maps; training and mentoring; promotion; MSME;

DOI: 10.30653/jppm.v9i2.853



1. PENDAHULUAN

Fenomena bisnis baru yang berkembang sangat pesat saat ini, tidak dapat dipisahkan dari pemanfaatan teknologi dan informasi (internet) yang memudahkan setiap orang untuk berinteraksi termasuk bagi para pengusaha. Keberadaan internet dengan berbagai aplikasi telah menjadi senjata ampuh untuk melakukan komunikasi pemasaran, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Internet memiliki manfaat yang besar sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk barang dan jasa (Aushafina & Wikartika, 2023; Pambudi dkk., 2023; Triwardhani dkk., 2021). Apalagi, UMKM memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik nasional, regional maupun individu (Halim, 2020; Harahap dkk., 2020; Novitasari, 2022). Tercatat perekonomian Indonesia disokong oleh pendapatan yang berasal dari UMKM dengan kontribusi sebesar 61,1 persen (Dahlifah dkk., 2023).

Salah satu aplikasi online yang dapat dimanfaatkan para mitra UMKM yang diakses melalui browser web atau perangkat mobile adalah *Google Maps*. *Google Maps* telah menjadi salah satu alat yang sangat berharga dalam dunia teknologi informasi dan geospasial. Peta interaktif yang ditawarkan oleh *Google Maps* memberikan manfaat signifikan dalam hal navigasi, pemetaan, dan lokalisasi. Peta digital yang dibuat dengan *Google Maps* tidak hanya membantu dalam menampilkan informasi geografis, tetapi juga dapat mempermudah aksesibilitas, pengambilan keputusan, serta memungkinkan kolaborasi yang lebih efisien. Proyek ini melibatkan berbagai langkah, mulai dari pemilihan alat dan teknologi yang sesuai, pemilihan data yang akan digunakan, hingga pengembangan peta digital yang dapat difungsikan dengan baik.

Kemajuan teknologi ini juga menjadi tantangan tersendiri bagi mitra UMKM di Kelurahan Rijali, Kota Ambon yang hanya menjual produk-produknya secara fisik atau dari toko miliknya saja. Disamping itu para mitra UMKM ini diperhadapkan dengan keterbatasan mempelajari teknologi sehingga usaha yang digelutinya tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Alhasil, konsumennya hanya berasal dari warga sekitar saja. Padahal jika mereka memiliki kemampuan penguasaan teknologi, maka mereka dapat memanfaatkan digital marketing sehingga dapat menjangkau konsumen secara luas tanpa harus membuang banyak waktu dan tenaga (Aushafina & Wikartika, 2023). Kelurahan Rijali, Kota Ambon merupakan salah satu kelurahan yang memiliki wilayah padat penduduk yakni mencapai 27.082 jiwa per km² sekaligus merupakan kawasan pusat pasar tradisional Mardika di Kota Ambon (BPS, 2023). Berbagai ragam usaha dapat ditemukan pada kawasan Rijali, baik barang kebutuhan rumah tangga, bahan sembako, jajan dan makanan ringan, perlengkapan bayi, produk digital dan lain-lain.

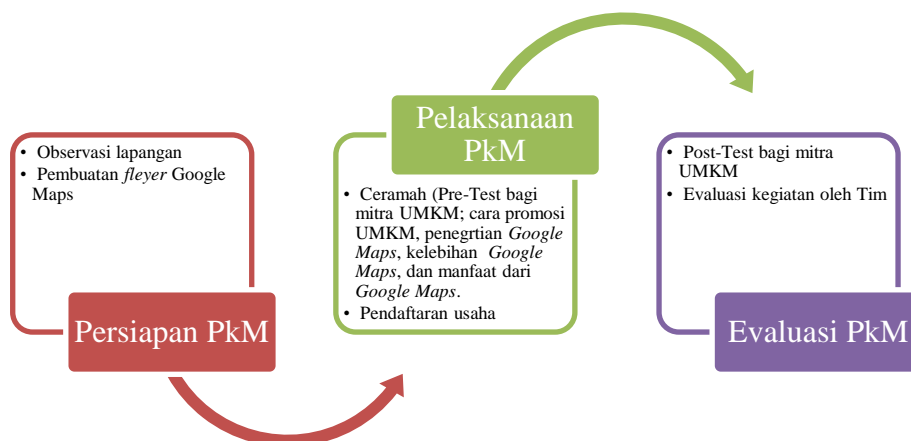
Insani dkk. (2022) dalam kajiannya tentang Optimalisasi Aplikasi *Google Maps* sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari, menunjukkan bahwa, mitra dapat mengoptimalkan pemanfaatan aplikasi *Google Maps* sebagai alternatif media promosi secara mandiri dan berkelanjutan. Begitu pula dengan kemampuan mitra UMKM di Desa Kalisat, Pasuruan yang berhasil dalam membuat titik lokasi usaha di google map dan kemampuan dalam memasarkan produk di platform sosial media (Hamidah, 2023). Selanjutnya Rindiyan dkk (2023) juga memanfaatkan aplikasi *Google Maps* sebagai sarana media promosi UMKM di Nagari Batang Arah Tapan.

Berdasarkan temuan kajian pengabdian sebelumnya di atas, menunjukkan jika *Google Maps* memiliki manfaat dan dampak terhadap perkembangan UMKM yang lebih baik. Padahal mitra UMKM di Kelurahan Rijali belum memiliki pengetahuan mendalam tentang pemanfaatan aplikasi *Google Maps* sebagai solusi alternatif media promosi usaha. Sementara, mereka telah memiliki smartphone berbasis android. Untuk itu pelaksanaan PkM ini bertujuan untuk melatih dan mendampingi mitra UMKM dalam membuat titik-titik (tag) lokasi *Google Maps* sebagai upaya promosi UMKM di Kelurahan Rijali.

Dengan memasukkan informasi lokasi UMKM ke dalam *Google Maps*, UMKM di Kelurahan Rijali dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Masyarakat yang mencari produk atau layanan tertentu dapat dengan mudah menemukan dan mengunjungi UMKM tersebut melalui *Google Maps*. Hal tersebut dapat membantu UMKM untuk meningkatkan visibilitas mereka dan memperluas potensi pasarnya.

2. METODE

Metode pelaksanaan PkM ini adalah pelatihan dan pendampingan. Pelatihan disampaikan dengan metode ceramah sedangkan pendampingan dilakukan dengan demonstrasi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman dan contoh kepada mitra UMKM tentang pemanfaatan *Google Maps* sebagai sarana promosi usaha. Kegiatan PkM ini sendiri dilaksanakan pada 13-17 Oktober 2023 bertempat di aula kantor kelurahan Rijali, Kecamatan Sirimau, Kota Ambon dengan dihadiri peserta sebanyak 25 orang mitra UMKM di wilayah kelurahan Rijali. Pelaksanaan kegiatan ini melalui tiga tahapan yaitu, persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Tim PkM juga melibatkan mahasiswa guna membantu persiapan dan pelaksanaan PkM, seperti yang diperlihatkan gambar 1:



Gambar 1. Tahapan kegiatan PkM

Pada tahap persiapan, tim PkM dibantu para mahasiswa KKN menyiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan, seperti pembuatan dan penyebaran *fleyer* kegiatan, spanduk, undangan, *rundown* acara dan briefing pembagian lokasi. Briefing bertujuan untuk menyamakan pemahaman tentang mitra UMKM yang menjadi target dan lokasi usaha. Tim yang telah dibagi per lokasi juga disarankan untuk peka dan jeli dalam menyampaikan tujuan kegiatan dengan tidak memberikan janji apapun, misalnya terkait bantuan dana usaha. Kemudian, sehari sebelum pelaksanaan kegiatan tim melakukan persiapan di lokasi kegiatan dengan memasang spanduk, menyiapkan meja dan kursi bagi narasumber dan peserta.



Gambar 2. Flyer Gmaps



Gambar 3. Briefing pembagian lokasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan PkM diselenggarakan pada tanggal 13-17 Oktober 2023 bertempat di aula kantor kelurahan Rijali dan diikuti peserta sebanyak 25 orang mitra UMKM di wilayah kelurahan Rijali. Target awal peserta yang akan mengikuti kegiatan ini di atas 40 orang mitra UMKM mengingat kawasan Kelurahan Rijali merupakan kawasan pasar akan tetapi yang hadir hanyalah 25 peserta. Hal ini terjadi akibat pemahaman para mitra UMKM yang masih minim terkait penggunaan sarana teknologi dan informasi, khususnya *Google Maps*. Dimana, sebagian mitra UMKM beranggapan bahwa, jika mereka menggunakan aplikasi tersebut, maka data-data pribadi maupun data perbankan mereka dapat dicuri oleh orang yang tidak bertanggungjawab.

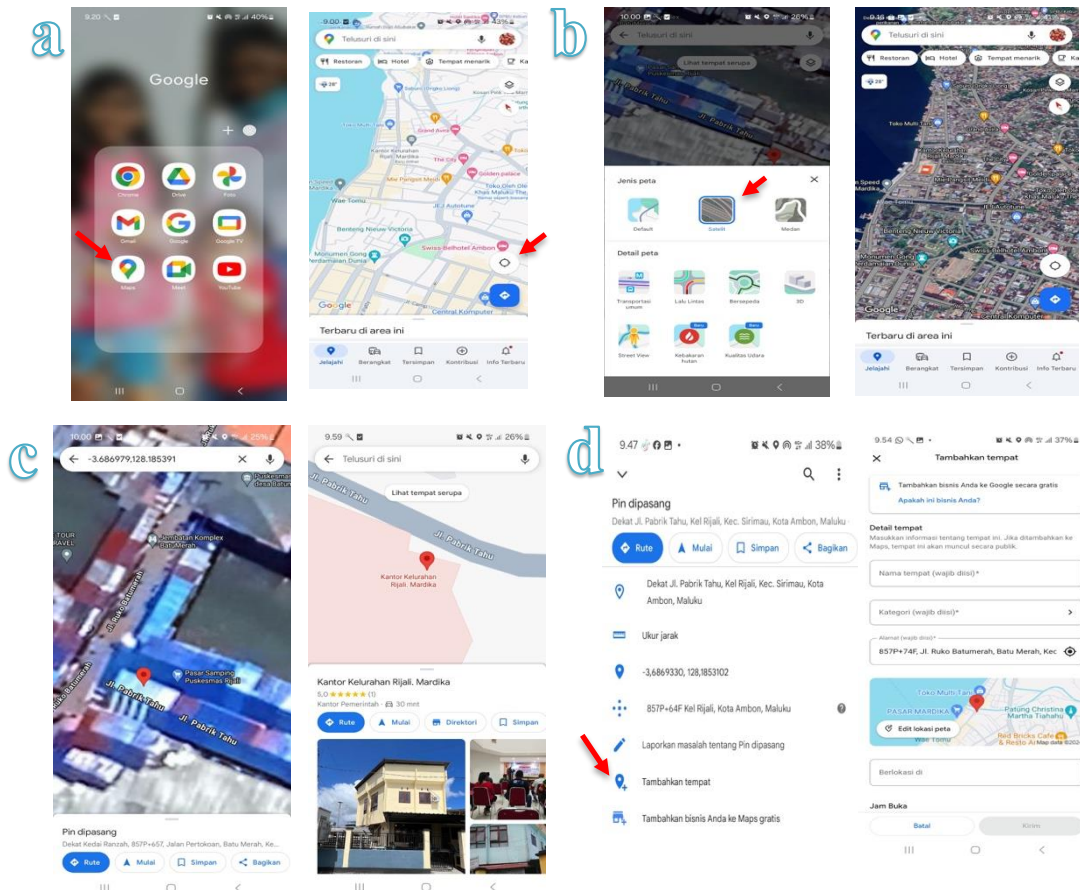
Materi pertama diberikan oleh dosen Jurusan Ekonomi Pembangunan terkait kiat-kiat promosi usaha agar dikenal masyarakat luas. Promosi menjadi bagian penting dari strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan pengusaha. Persaingan usaha di era industri 4.0, tidak hanya meningkatkan strategi pemasaran secara offline saja, tapi juga harus secara online. Era 4.0 sekarang ini menuntut seseorang pengusaha untuk mengikuti perubahan zaman. Strategi pemasarannya lebih banyak berbasis internet, karena setiap orang sekarang lebih banyak menggunakan smartphone, maka dari itu, strategi pemasaran berbasis internet sangat layak untuk dipergunakan, bisa melalui *web blogger*, *search engine*, aplikasi belanja seperti shopee, bukalapak, lazada, tokopedia maupun dengan sosial media twitter, instagram, *facebook* termasuk di dalamnya pemanfaatan *Google Maps* (Firdaus, 2021; Anshori & Nurohman, 2022; Sukamdani & Istuningsih, 2018). Pada materi pertama ini, peserta mengikutinya dengan antusias, yang tergambar melalui banyaknya pertanyaan yang diajukan peserta kepada narasumber.

Selama ini para mitra UMKM dalam mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain, terkadang dijanjikan akan diberikan bantuan dana untuk usaha sehingga mitra UMKM menaruh harapan pada hal tersebut. Kesempatan ini digunakan oleh pemateri untuk menjelaskan bahwa, kegiatan ini justru mendorong mitra UMKM untuk dapat mandiri dengan memperkenalkan usaha miliknya kepada masyarakat luas melalui pemanfaatan internet yang akan diberikan pada materi berikutnya.

Selanjutnya, materi kedua terkait pemanfaatan *Google Maps* sebagai upaya promosi UMKM. Pada materi ini, narasumber menjelaskan secara umum pengertian *Google Maps*, kelebihan *Google Maps*, dan manfaat dari *Google Maps* yang diikuti juga dengan cara mendaftar usaha pada *Google Maps*. Proses pendaftaran memerlukan beberapa pentahapan, sebagai berikut:

1. Buka aplikasi *Google Maps* pada smartphone (silahkan *update* aplikasi *Google Maps* jika aplikasi tersebut belum di-*update*).
2. Setelah tampilan *Google Maps* terbuka, klik lingkaran bulat di sebelah kanan pada aplikasi *Google Maps* agar lokasi dapat dideteksi. Tampilan aplikasi *Google Maps* pada Gambar 4a.
3. Setelah lokasi kita terdeteksi oleh satelit, maka langkah berikutnya adalah mengklik gambar di bagian atas kanan. Kemudian dilanjutkan dengan mengklik menu “satelit”. Hal ini bertujuan agar peta berubah menjadi lebih riil atau nyata.
4. Selanjutnya, agar lokasi yang akan ditentukan menjadi titik lokasi, maka dapat dilakukan zoom apda tampilan *Google Maps*. Tampilan maps yang lebih nyata dapat dilihat pada Gambar 4b.
5. Setelah diyakini lokasinya tepat, tekan pada pada lokasi tujuan. Pada layar hp akan muncul poin warna merah. Untuk memastikan bahwa lokasi usaha telah tepat dapat dilihat melalui gambar yang ada di sebelah kiri bawah (klik gambar tersebut). Tampilan titik usaha dapat dilihat pada Gambar 4c.
6. Geser kursor ke atas dan tambahkan tempat. Panduan penambahan tempat UMKM dapat dilihat pada Gambar 4d.
 Pada bagian ini dapat diisi dengan informasi terkait usaha yang digeluti mitra, misalnya nama tempat, kategori usaha, lokasi. Kemudian bisa juga ditambahkan “detail lain”, seperti jam buka, kontak dan informasi usaha lainnya.
7. Setelah itu klik kirim atau ‘*Submit*’.

8. Periksa Gmail akun. Jika data sudah masuk akan mendapatkan keterangan email serta langkah-langkah selanjutnya.
9. Lokasi usaha yang telah ditambahkan pada *Google Maps* tersebut akan muncul pada peta aplikasi *Google Maps* setelah 24 jam secara otomatis.



Gambar 4. pemanfaatan *Google Maps* sebagai upaya promosi UMKM; (a) tampilan aplikasi *Google Maps*; (b) tampilan maps yang lebih nyata; (c) tampilan titik usaha; (d) Panduan penambahan tempat UMKM.

Saat sesi tanya jawab, banyak peserta memberikan pertanyaan yang hampir sama, seperti apakah proses pembuatan titik-titik usaha (tag) ini akan dilakukan sendiri oleh peserta? Pertanyaan ini langsung dijawab narasumber bahwa akan ada pendampingan langsung di lokasi tempat usaha masing-masing peserta pada tanggal 14-17 Oktober 2023.

Setelah pemberian materi, keesokan harinya tim PkM bersama mahasiswa KKN mulai melakukan pembuatan titik-titik lokasi (tag) *Google Maps* dengan langsung mengunjungi setiap usaha milik peserta yang telah mengikuti kegiatan sehari sebelumnya. Pembuatan Titik Lokasi *Google Maps* dilakukan dengan mengunduh aplikasi google menggunakan perangkat pintar, Kemudian pembuatan akun google bisnis pada setiap pemilik UMKM. Setelah itu menambahkan titik lokasi pada aplikasi dengan mencocokkan dengan koordinat yang sebenarnya. Dokumentasi kunjungan langsung dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Kunjungan langsung ke tempat usaha dalam rangka pembuatan titik-titik (Tag) UMKM

Langkah berikutnya adalah pengisian data-data seperti nama usaha, jenis usaha, jam operasional serta informasi mendetail terkait usaha tersebut. Pada langkah terakhir pemilik UMKM menunggu 1x24 jam agar titik lokasi terkonfirmasi dan terdaftar pada *Google Maps*. Keuntungan UMKM jika terdaftar Di *Google Maps* yaitu, pembeli dengan mudah mengetahui tempat usaha yang dimiliki oleh masyarakat, sebagai strategi pemasaran, memudahkan pelanggan dalam penjemputan dan pengiriman produk, calon pembeli juga bisa mengajukan pertanyaan untuk memastikan ketersediaan produk yang dijual oleh masyarakat, informasi jam operasional usaha masyarakat sudah tertera pada *Google Maps* sehingga dapat membantu meningkatkan kunjungan pembeli ke tempat usaha masyarakat (Husain dkk., 2023; Ikerismawati dkk., 2023).

Dengan semakin banyak UMKM yang terlibat dalam perekonomian digital, maka usahanya akan tumbuh lebih cepat dan dari sisi pendapatan akan menjadi lebih baik (Avriyanti, 2021; Hamidah, 2023; Permana & Puspitaningsih, 2021). Evaluasi pelaksanaan kegiatan PkM ini menunjukkan keberhasilan dengan baik yang ditandai dengan setiap peserta telah memahami materi, dapat mengoperasikan *Google Maps* secara mandiri serta memiliki usaha yang terdaftar pada *Google Maps*.

4. SIMPULAN

Pelatihan dan pendampingan UMKM dalam pembuatan titik (tag) lokasi *Google Maps* di Kelurahan Rijali telah membuka wawasan berpikir dan pengetahuan mitra dalam memperkenalkan usahanya. Pelatihan dan pendampingan ini tentunya diharapkan dapat memiliki potensi terhadap peningkatan pendapatan mitra UMKM. Dimana, usaha dan jenis barang yang diperdagangkannya akan lebih cepat dikenal masyarakat luas sehingga dari sisi waktu dan biaya menjadi lebih efektif dan efisien. Kemudian, pada sisi lainnya kajian pengabdian ini berusaha menyajikan alternatif pandangan yang berbeda terhadap aktifitas pemenuhan kebutuhan hidup dan keberlanjutan UMKM pada kajian-kajian sebelumnya.

REFERENSI

Anshori, M. F., & Nurohman, D. (2022). Efektivitas Penyediaan Internet Desa Untuk Peningkatan Promosi UMKM Di Temenggungan Udanawu Blitar. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(9), 2245–2258. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i9.2191>

Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM. *Jurnal Sahetapy dkk.* (2024)

Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia, 4(3), 477-483.
<https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>

- Avriyanti, S. (2021). Strategi Bertahan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 dengan Memanfaatkan Bisnis Digital (Studi Pada UKM yang Terdaftar Pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tabalong). *PubBis : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 5(1), 60–74.
<https://doi.org/10.35722/pubbis.v5i1.380>
- BPS. (2023). *Kota Ambon Dalam Angka*. Maluku: Badan Pusat Statistik Kota Ambon.
- Dahlifah, D., Lovitas, E., Sunarsih, U., Noormansyah, I., & Prabantoro, G. (2023). Sustainability Reporting: Membangun Ekonomi Keberlanjutan Melalui Peningkatan Kualitas UKM Binaan Pemerintah Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(4), 889–900.
<https://doi.org/10.30653/jppm.v8i4.542>
- Firdaus, R. (2021). Strategi Bertahan dan Promosi UMKM Dimasa Pandemi COVID 19 (Studi Kasus Pada Batik Melayu Pinang Sirih Kota Pangkalpinang). *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(1), 102–114.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Hamidah, H. (2023). Optimalisasi Pemanfaatan Google Map bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Kalisat, Rembang, Pasuruan. *AMALIYYA: Community Empowerment and Development Journal*, 1(1), 70–81.
- Harahap, E. F., Luviana, L., & Huda, N. (2020). Tinjauan Defisit Fiskal, Ekspor, Impor Dan Jumlah UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 151–161.
<https://doi.org/DOI : 10.22216/jbe.v5i2.4907>
- Husain, T. K., Robbo, A., Amri, A. A., & Maskar, R. (2023). Penerapan Profil Bisnis Google untuk Meningkatkan Visibilitas Online UMKM Kerang Celebes. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 303–310. <https://doi.org/10.54082/ijpm.210>
- Ikerismawati, S., Sholiha, I., & Hardiyanti, S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Sebanri Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1294–1302.
<https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.3139>
- Insani, S. F., Syahrial, Y., & Putra, A. P. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari. *Warta LPM*, 25(1), 44–56. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i1.596>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 9(2), 184–204. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703>
- Pambudi, M. S., Wiska, M., Purwanto, K., & Gusteti, Y. (2023). Analisis Pemanfaatan Google Maps Sebagai Sarana Promosi Terhadap Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Nagari Koto Padang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 1562–1571.
<https://doi.org/10.31004/innovative.v3i5.5024>

- Permana, T., & Puspitaningsih, A. (2021). Studi Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 161–170. <https://doi.org/10.29407/jse.v4i2.111>
- Rindiyani, Nuzuli, A. K., & Oktaviana, W. (2023). Penggunaan Aplikasi Google Maps Sebagai Media Promosi UMKM di Nagari Batang Arah Tapan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 246–250. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.155>
- Sukamdani, N. B., & Istuningsih, W. (2018). Perancangan Strategi E-Commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus “Songketkito” Kain Khas Palembang). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1).
- Triwardhani, D., Aryani, L., & Suciati, R. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Penguatan Promosi Menggunakan Sarana Medsos di UMKM Kelurahan Pasar Keong Kabupaten Lebak, Rangkasbitung. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(4). <https://doi.org/10.30653/002.202164.1059>