

PENGUNAAN APLIKASI *GOOGLE MAPS* SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM GERABAH DESA PEJAGATAN

Sigit Pamungkas¹⁾, Chepy Aprilyanto²⁾, Febri Adi Susanto³⁾, Avita Bunda Setianingsih⁴⁾,
Pertiwi Tegar Rahayu⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Kampus UNWIKU Jl. Beji Karangsalam PO BOX 185 Purwokerto 53152

¹⁾ e-mail: sigitpamungkas0320@gmail.com, ²⁾ e-mail: cepiapriyanto@gmail.com,

³⁾ e-mail: febriadisusanto96@gmail.com, ⁴⁾ e-mail: avitasetianingsih24@gmail.com,

⁵⁾ e-mail: pertiwitegar123@gmail.com

Info Artikel

Diajukan: 09 Juni 2024

Diterima: 1 Juli 2024

**Diterbitkan: 1 Agustus
2024**

Kata Kunci:
**UMKM, Gerabah,
Google Maps**

Keywords:
**UMKM, Pottery, Google
Maps**

Copyright © 2022 penulis

Abstrak

Desa Pejagatan adalah salah satu Desa di Kecamatan Kutowinangun dimana mayoritas warganya terlibat dalam usaha UMKM, tetapi memiliki keterbatasan pengetahuan terutama dalam aspek pemasaran dan promosi. Adapun usahanya seperti pengrajin gerabah dan menjual makanan. Sebagian besar UMKM di Pejagatan belum memanfaatkan promosi melalui media digital. Secara umum, promosi yang dilakukan masih bersifat tatap muka, dan pembeli utamanya adalah warga sekitar. Potensi pengembangan UMKM di Pejagatan dapat dioptimalkan melalui implementasi aplikasi *Google Maps*, khususnya untuk promosi gerabah. Fokus Pengabdian ini adalah mentransfer pengetahuan dan teknologi kepada warga Desa Pejagatan yang berbisnis, terutama di bidang gerabah. Melalui pelatihan dan pendampingan, aplikasi *Google Maps* dijadikan alat promosi. Rincian program melibatkan sosialisasi awal kepada mitra UMKM. Hasilnya menunjukkan peningkatan keterampilan dalam promosi dan pemasaran, terutama dalam pemanfaatan *Google Maps*. Dampaknya terlihat pada peningkatan pencarian alamat usaha melalui *Google Maps*, dan hasil akhir dari pengabdian ini adalah pendaftaran usaha UMKM di *Google Maps*.

Abstract

The village of Pejagatan is one of the villages in kutowinangun district where the majority of its citizens are involved in umkm enterprises, but have limited knowledge especially in terms of marketing and promotion. As for his efforts like pottery and food selling. Most of the umkm in the clunders have not yet used promotions via digital media. Generally speaking, promotions are still straightforward, and the primary buyers are residents around the globe. Umkm development potential in the region can be optimized through implementation of Google maps applications, especially for pottery. The focus of this devotion is to transfer knowledge and technology to business villagers, especially in the pottery. Through training and counseling, Google maps applications are made up of promotional devices. The details of the program involve initial socialization to the umkm partners. The results indicate increased skill in promotion and marketing, especially in Google maps' use. The impact has been noted on the increased business address searches through Google maps, and the end result of this dedication is the umkm business registration on Google maps.

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan hal yang utama dalam melakukan sebuah usaha. Untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha, maka salah satu faktor yang diperlukan adalah kegiatan pemasaran yang matang dan handal, karena dalam kewirausahaan perlu adanya kreatifitas dan inovasi ketika memasarkan suatu produk atau jasa dari usaha (Sundari, S., & Lestari, H. D. 2022).

Perkembangan zaman yang diiringi Perkembangan perangkat komunikasi membuat setiap orang yang memiliki *smartphone* terhubung dengan media internet membuat semakin mudah calon pembeli untuk mencari barang yang diinginkan, melalui perangkat komunikasi mereka (Achadi et al, 2024).

Saat ini merupakan era digitalisasi. Pemasaran digital sudah semestinya dimanfaatkan dengan semaksimal mungkin oleh para pelaku usaha. Terlebih sudah semakin banyak platform ataupun aplikasi market place yang dapat digunakan untuk memasarkan produk bagi UMKM (Priyatama & Octisari, 2023). Media sosial dan digital marketing menjadi sesuatu yang penting agar UMKM dapat berkembang. Namun dalam kenyataannya, banyak pelaku UMKM yang belum mahir bersentuhan dengan dunia digital, karena faktor usia dan pendidikan (Suzana et al, 2024).

Permasalahan yang dihadapi umumnya adalah minimnya pemahaman mengenai pemasaran online melalui media sosial dalam kegiatan usaha, serta minimnya keahlian dalam penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran (Achadi et al, 2024). Masyarakat membutuhkan tambahan pengetahuan agar dapat memahami tentang pentingnya penggunaan media digital dalam meningkatkan usaha (Nirmala et al., 2023).

Pejagatan merupakan salah satu desa di Kecamatan Kutowinangun yang berkearifan lokal dengan Potensi Kerajinan Gerabah dan merupakan usaha turun temurun yang dilakukan oleh masyarakat Desa Pejagatan (Kundi). Pengrajin gerabah ini hampir ada di sebagian wilayah pedukuhan dengan ciri khas masing-masing. Gerabah didefinisikan sebagai alat-alat dapur (untuk masak memasak dsb) yang dibuat dari tanah liat yang kemudian dibakar. Wisata edukasi merupakan aktivitas pariwisata yang dilakukan wisatawan dan bertujuan utama untuk memperoleh pendidikan dan pembelajaran. Rumah Gerabah dan Wisata Edukasi Desa Pejagatan terdapat di dukuh Kedungsumur Desa Pejagatan.

Permasalahan khusus dalam usaha masyarakat antara lain seperti latar belakang pendidikan rata-rata masyarakat berpendidikan rendah dan masyarakat tidak mau membuat gerabah lebih ke modern melainkan melakukan manual dalam proses pembuatan.

Pelaku UMKM tidak memiliki kemampuan cara melakukan promosi dengan media sosial dan era digital, namun pelaku UMKM sudah pernah mengikuti pelatihan atau *workshop* kewirausahaan akan tetapi masyarakat tidak berminat berkembang. Tantangan yang dihadapi oleh mitra adalah kesulitan dalam memasarkan produk gerabahnya, terutama kepada masyarakat di luar wilayah dusun. Pembeli cenderung berasal dari lingkungan sekitar, sehingga usaha belum dikenal secara luas. Di samping itu, pemahaman manajemen pengelolaan usaha, terutama UMKM, masih terbatas di kalangan masyarakat Pejagatan, dan mitra UMKM sendiri belum sepenuhnya memahami aspek kewirausahaan. Permasalahan tersebut nampaknya perlu menjadi perhatian generasi muda untuk dapat meningkatkan kualitas dan perkembangan dari para UMKM yang ada. Salah satu hal yang perlu menjadi titik perhatian adalah bagaimana para pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan global. Misalkan dalam hal digitalisasi, UMKM dituntut untuk melakukan upaya guna meningkatkan daya saingnya dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (Priyatama & Octisari, 2023).

Tujuan pengabdian kepada masyarakat adalah untuk mengedukasi masyarakat tentang ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Upaya-upaya ini harus dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan cara yang bermanfaat bagi perekonomian, kebijakan, dan transformasi sosial dan perilaku. Seseorang atau sekelompok orang, terutama para profesional, akademisi, atau anggota masyarakat, yang berdedikasi untuk memperbaiki masyarakat atau kelompok yang lebih

besar, mungkin berpartisipasi dalam pengabdian masyarakat sebagai sebuah ide atau praktik. Berbagai inisiatif dimasukkan dalam program pengabdian masyarakat dengan tujuan untuk mengangkat isu-isu lokal, mendorong kemajuan sosial dan ekonomi, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Fatmawati et al, 2024).

Mengingat potensi ekonomi yang dapat diperoleh oleh masyarakat dalam pemanfaatan teknologi digital, maka dirasa perlu untuk melakukan beberapa hal terkait pengenalan teknologi digital beserta teknologi turunan dan dampak positifnya terhadap peningkatan ekonomi masyarakat serta pemahaman dan kemampuan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi. Namun yang menjadi masalah pada saat ini pelaku UMKM masih banyak yang belum faham menggunakan teknologi digitalisasi guna menjual produknya, yang dapat membuat pendapatan dan hasil penjualan suatu UMKM menjadi meningkat. (Masita et al, 2023).

Manfaat penggunaan *Google Maps* juga dirasakan oleh konsumen, memungkinkan mereka untuk menemukan produk atau layanan yang diinginkan melalui peta interaktif, serta mengakses ulasan dan rekomendasi dari pengguna lain. Pengabdian ini juga berhasil meningkatkan tingkat literasi digital para pelaku UMKM. Beberapa kelebihan dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran konvensional yaitu kemudahan evaluasi pemasaran digital yang dilakukan, kecepatan penyebaran informasi dari sebuah produk, jangkauan pemasaran lebih luas, murah dan efektif dalam membuat pemasaran digital, membangun nama brand dari sebuah produk. (Retnowati, D., & Jati, D. 2023). Dengan penggunaan aplikasi pemasaran digital diharapkan akan dapat menjangkau pelanggan secara lebih luas lagi, dan ini merupakan bagian dari bentuk pelayanan untuk menyentuh pelanggan secara lebih dekat (Priyatama & Octisari, 2023).

Aplikasi digital juga salah satunya berperan penting dalam membantu masyarakat untuk mengatur memasarkan produk UMKM. Sumber Daya Manusia saat ini harus dapat mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. SDM harus dipaksa untuk terus belajar serta mengikuti perkembangan jaman karena dalam era digital saat ini seluruh SDM harus dapat menerapkan transformasi digital serta memahami dan mampu mengoperasikan teknologi. (Sumantri, P.E. & Nirmala 2022).

Selama ini, masyarakat mengalami kendala dalam mempromosikan produk di media digital karena kurang pengetahuan mereka dalam mengoperasionalkan media digital dan membuat konten atau gambar yang menarik melalui dunia digital. Dengan hadirnya teknologi digital, memungkinkan memasarkan produk dapat dengan mudah diaplikasikan. Dengan bantuan aplikasi media digital, mengenalkan produk dapat dibuat dengan mudah dan cepat sehingga UMKM akan lebih mudah dalam memasarkan produk mereka. (Sumantri et al, 2023).

Program pendampingan atau pelatihan pembuatan *Google Maps* yang diselenggarakan oleh tim KKN, melibatkan pelaku UMKM, remaja desa dan perangkat desa telah memupuk semangat wirausaha digital di tengah kemajuan teknologi saat ini. Melalui pelatihan ini, para pelaku UMKM dan remaja desa menyadari signifikansi *Google*.

Aplikasi *Maps* yang telah dikembangkan memiliki kemampuan untuk menyajikan informasi terkait jarak, waktu, dan rute yang dapat diambil untuk mencapai lokasi gerabah. Justifikasi pengabdian dan mitra muncul setelah hasil sosialisasi dan observasi lapangan, yang kemudian menyimpulkan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra. *Google Maps* sebagai *platform* pemasaran produk UMKM, memudahkan aksesibilitas dan meningkatkan daya tarik produk mereka di kalangan masyarakat.

Pengenalan sistem pemasaran digital melalui media sosial ini diharapkan para pelaku UMKM mampu mengoptimalkan dan meningkatkan pengetahuan mengenai sistem pemasaran digital (digital marketing), karena melalui sistem pemasaran berbasis digital produk-produk dari UMKM akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat baik lokal maupun luar negeri, pemesanan dapat dilakukan secara online, sehingga dapat memudahkan pembeli dan penjual dalam bertransaksi jual beli. (Achadi et al, 2023). Perhatian pada pengembangan sektor UMKM memberikan makna tersendiri dalam upaya menekan angka kemiskinan suatu negara (Priyatama & Octisari, 2023).

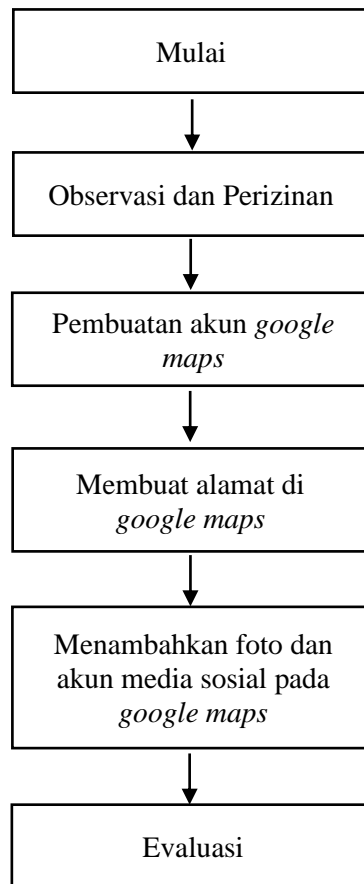
Tabel 1. Mitra Pengabdian UMKM Gerabah di Desa Pejagatan

No	Nama	Jenis Usaha	Media Promosi	Penggunaan Google Maps
1	Bapak Ngadisan	Gerabah	-	-
2	Ibu Perong	Gerabah	-	-
3	Ibu Pariyem	Gerabah	-	-
4	Bapak Dulmanan	Gerabah	-	-
5	Ibu Turut	Gerabah	-	-
6	Bapak Rismanto	Gerabah	-	-
7	Ibu Mur	Gerabah	-	-
8	Ibu Jemiah	Gerabah	-	-
9	Ibu Sireng	Gerabah	-	-
10	Bapak Jemakun	Gerabah	-	-
11	Ibu Ponijah	Gerabah	-	-
12	Ibu Sadiyah	Gerabah	-	-
13	Ibu Ratemi	Gerabah	-	-
14	Ibu Suripah	Gerabah	-	-
15	Ibu Sutarti	Gerabah	-	-

Sumber: Hasil Data Pengabdian

METODE

Metode pelaksanaan ini ditulis berdasarkan permasalahan yang ada pada UMKM Desa Pejagatan, TIM KKN Universitas Wijayakusuma Purwokerto bekerjasama dengan mitra UMKM untuk meningkatkan strategi pemasaran melalui *Google Maps*. Diharapkan dengan adanya sosialisasi dan pembuatan *Google Maps* untuk pelaku UMKM Gerabah mampu memperluas jangkauan pelanggan pasar lokal maupun global. Adapun solusi yang ditawarkan terdapat beberapa langkah.



Penjelasan metode pelaksanaan yang terdapat pada diagram alir diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- A. Sosialisasi pada mitra UMKM menjadi langkah awal dengan maksud untuk memperkenalkan dan memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan *Google Maps*. *Google Maps* dianggap sebagai sarana alternatif dalam memasarkan produk. Kegiatan ini mencakup strategi pemasaran produk, penjelasan singkat mengenai aplikasi *Google Maps*, serta tujuan dan keuntungan dari penggunaan aplikasi tersebut.
- B. Pelatihan penggunaan *Google Maps*. Pelatihan ini diselenggarakan agar memastikan mitra UMKM dapat menggunakan aplikasi tersebut dalam mempromosikan atau memasarkan produk. Dalam kegiatan ini, mitra akan diberikan panduan langkah-langkah pendaftaran *Google Maps* secara langsung oleh anggota KKN.
- C. Pendampingan untuk usaha UMKM. Tim KKN dari Universitas Wijayakusuma Purwokerto akan memantau perkembangan promosi atau pemasaran produk melalui *Google Maps* selama sekitar satu bulan. Jika dalam periode pendampingan muncul kendala, akan diatasi dan dibahas solusinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Secara umum program ini dirancang oleh berbagai institut yang ada di Indonesia untuk memberikan kontribusi nyata bagi bangsa Indonesia, khususnya dalam mengembangkan kesejahteraan dan

kemajuan bangsa Indonesia. Kegiatan Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada mitra UMKM di Desa Pejagatan yaitu menjelaskan terkait pemasaran produk. Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Pemasaran produk merupakan Menurut Sumarwan (2015:17), pemasaran merupakan suatu proses dimana kebutuhan konsumen diidentifikasi, lalu barang atau jasa diproduksi untuk menciptakan transaksi atau pertukaran antara produsen dan konsumen.

Pemasaran atau promosi memiliki beberapa strategi yaitu manual dan digital. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet, telah membawa masyarakat masuk ke dalam era baru. Sebelum mengenal media *online* pelaku usaha akan mempromosikan usahanya atau berkomunikasi dengan pelanggannya secara mulut ke mulut. Teknologi ini memberikan solusi dan mengurangi beban bagi UMKM. Semakin berkembangnya dunia promosi di bidang digital menciptakan ide kreatif yaitu media promosi melalui *Google Maps*. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital *google maps* untuk menyediakan informasi komprehensif tentang produk, lokasi pembuatan, deskripsi produk, dan fitur pemesanan. Aplikasi ini mempermudah konsumen mengakses informasi produk dan lokasi pelaku usaha secara akurat. Hal ini dapat menjadi sarana untuk mempromosikan dan mengenalkan sentra UMKM di Desa Pejagatan.

Usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah.

Kegiatan yang dilakukan tim berjalan selama 2 minggu yang berlokasi di Desa Pejagatan, Kutowinangun. Kegiatan ini dilakukan pada siang hari sampai selesai. Proses pembuatan titik kordinat pada *google maps* menggunakan *Handphone* Tim KKN dan perangkat Desa Pejagatan yang sudah terintegrasi dengan kuota internet dan *email*. Selama observasi Tim KKN mengunjungi satu persatu usaha UMKM Gerabah agar mendapatkan pendampingan dan perizinan pembuatan titik kordinat secara intensif sebagai media promosi. Hal ini berkaitan dengan penentuan titik lokasi pada *google maps* sesuai dengan lokasi asli UMKM. Dalam proses pembuatan titik kordinat pihak pemerintah desa pejagatan juga ikut berpartisipasi.



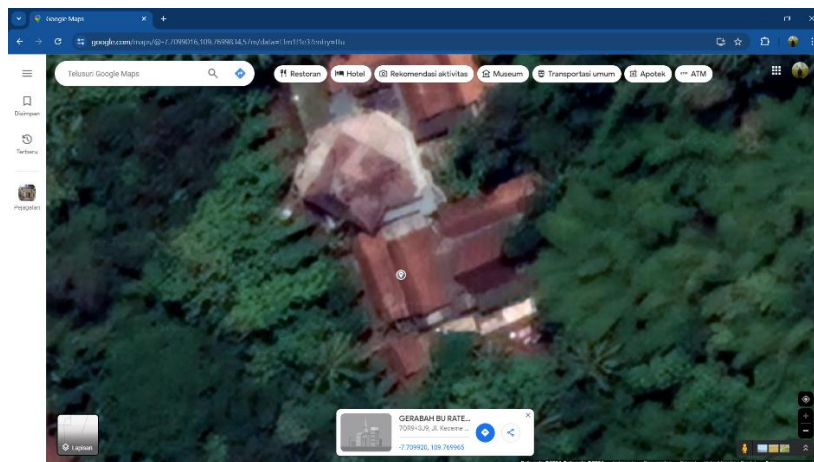
Sumber: Dokumentasi Kegiatan
Gambar 1. Pemetaan xxxx

Setelah mengunjungi pemilik usaha gerabah secara *door to door*. Kelebihan metode ini yaitu dapat menghimpun data secara *valid* dan *update* yang dibutuhkan saat pembuatan *Google Maps* meliputi nama, alamat, nomor telepon, titik lokasi, dan foto usaha gerabah. Selanjutnya yang dilakukan adalah pembuatan titik kordinat usaha UMKM pada *google maps* yang dilakukan oleh Tim KKN Desa Pejagatan. *Google maps* ini berfungsi untuk membantu pembeli atau pelanggan dalam mencari usaha UMKM dengan mudah sehingga dengan adanya *Google Maps* ini penjualan akan meningkat dan dikenal banyak orang.



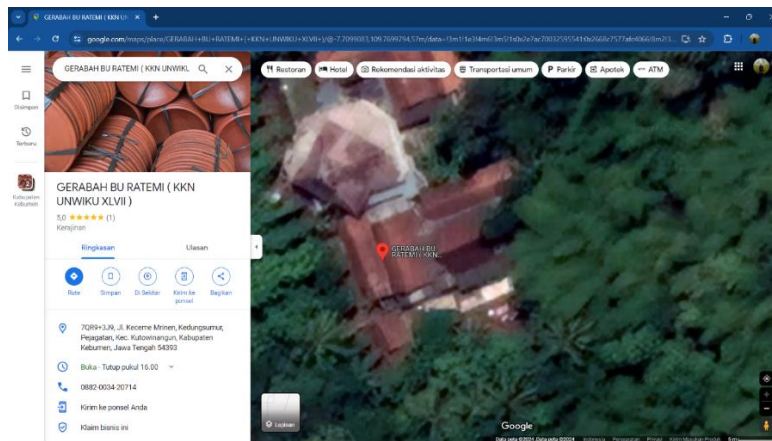
Sumber: Dokumentasi Kegiatan

Gambar 2. Proses Pembuatan Titik Kordinat Pada Google Maps



Sumber: Google Maps

Gambar 3. Sebelum Pembuatan Titik Kordinat



Sumber: Google Maps

Gambar 4. Sesudah Pembuatan Titik Kordinat

Selama pengabdian Tim KKN Universitas Wijayakusuma Purwokerto melakukan 2 kegiatan yaitu observasi dan pembuatan titik kordinat *Google Maps*. Menurut hasil survey yang ada pelaku usaha UMKM Gerabah belum memiliki titik kordinat *Google Maps*, setelah observasi dilakukan banyak pelaku usaha berminat untuk dilakukan pembuatan titik kordinat. Setelah dilaksanakan pembuatan *Google Maps* dari 15 pelaku usaha UMKM Gerabah memiliki rata-rata sebanyak 966 kali dilihat.

Tabel 2 Hasil Rerata Jumlah Viewers *Google Maps*

No	Nama UMKM	Jumlah Viewers
1	Bapak Ngadisan	980 Kali Dilihat
2	Ibu Perong	407 Kali Dilihat
3	Ibu Pariyem	1371 Kali Dilihat
4	Bapak Dulmanan	1219 Kali Dilihat
5	Ibu Turut	1322 Kali Dilihat
6	Bapak Rismanto	532 Kali Dilihat
7	Ibu Mur	246 Kali Dilihat
8	Ibu Jemiah	296 Kali Dilihat
9	Ibu Sireng	205 Kali Dilihat
10	Bapak Jemakun	506 Kali Dilihat
11	Ibu Ponijah	432 Kali Dilihat
12	Ibu Satiyah	405 Kali Dilihat
13	Ibu Ratemi	935 Kali Dilihat
14	Ibu Suripah	434 Kali Dilihat
15	Ibu Sutarti	210 Kali Dilihat

Sumber: *Google Maps*



Sumber: *Google Maps*

Gambar 5. Sesudah Pembuatan Titik Kordinat

Selama pengabdian Tim KKN Universitas Wijayakusuma Purwokerto melakukan 2 kegiatan yaitu observasi dan pembuatan titik kordinat *Google Maps*. Menurut hasil survey yang ada pelaku usaha UMKM Gerabah belum memiliki titik kordinat *Google Maps*, setelah observasi dilakukan banyak pelaku usaha berminat untuk dilakukan pembuatan titik kordinat. Setelah dilaksanakan pembuatan *Google Maps* dari 15 pelaku usaha UMKM Gerabah memiliki rata-rata sebanyak 966 kali dilihat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pelaksanaan kegiatan pembuatan dan sosialisasi titik kordinat *google maps* dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi penggunaan *Google Maps* sebagai sarana media promosi telah berjalan dengan baik dan telah sesuai dengan rancangan kegiatan yang telah direncanakan. Keberhasilan ini terbukti dari hasil pencarian di *google maps* mencapai 1000 sampai 2000 untuk rata-rata *viewer* selama pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., Cahyo, H., & Pahlevi, A. (2023). Pemasaran Produk Umkm Melalui Sarana Digital. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1-4.
- Achadi, A., Zuhaena, F., & Suciningtyas, S. (2024). Peningkatan Program Kegiatan Pemasaran Produk Umkm. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 122-125.
- Adiputra, K., Suardina, I. N., & Mudra, I. W. (2018). Inovasi Kerajinan Gerabah I Wayan Kuturan Di Desa Pejaten Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan Provinsi Bali. *Prabangkara: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 22(2), 127-137.
- Ajie, I. Y., Sari, O. M., Ridwan, M., Biamrillah, M. A., & Jaelani, E. (2022). Pengoptimalan Media Food Delivery Service Dalam Memasarkan Produk UMKM Cibodas Jasa Kota Tangerang. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 2(2).
- Ardhianto, E., Lestariningsih, E., Handoko, W. T., & Soelistijadi, R. (2022). Pemanfaatan peta google sebagai sarana promosi melalui penandaan lokasi usaha rumahan di paguyuban warga lentera prigi mranggen demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intimas (Jurnal INTIMAS): Inovasi Teknologi Informasi Dan Komputer Untuk Masyarakat*, 2(2), 78-83.
- Fatmawati, A., Retnowati, D., Aziezy, E., & Kartika, R. A. S. (2024). Pengelolaan Bisnis Umkm Berbasis Digital Di Desa Kalijaya, Kecamatan Alian Kabupaten Kebumen. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 108-111.
- 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*, 44-56.
- Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., Putra, A. P., & Khomariah, A. (2022). Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyaran. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 2(3), 887-894.

-
- Nirmala., Setiawan, H., Astuti, D., & Wahyudi, T. (2023). UMKM Kreatif dan Inovatif Berbasis Digital. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 15-21.
- Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi media online sebagai solusi promosi pemasaran umkm di semarang pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan Media*.
- Priyatama, T., & Octisari, S. K. (2023). Peningkatan Daya Saing bagi UMKM guna Mewujudkan Keberlangsungan Usaha di Era Digital. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 69-74.
- Retnowati, D., & Jati, D. (2023). Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sabusa Roll. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 40-43.
- Sumantri, P. E. (2023). Pemanfaatan Media Daring Bagi UMKM Desa Padaherang Di Era 4.0. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 109-115.
- Sumantri, P. E., & Nirmala, N. (2022). Sumber Daya Manusia Unggul Di Era Digitalisasi. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 100-104.
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94-99.
- Suzana, A. J., Arinastuti, A., Mahmudah, I., & Larasmanah, W. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Menunjang Kemajuan Umkm Di Desa Banjaranyar, Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 126-132.