



PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL MARKETING DAN FOTOGRAFI PKK PADUKUHAN KARANGLO SEDAYU BANTUL

Nuri Pajri Julia Asrima^{1*}, Silvi Nabila¹, Evrilya Deby Karindra¹, Nawang Wulan¹, Faisal Febrianto¹, Arfina Listiyani¹, Popi Andiyansari¹, Entus Nuryana Ahmad², Syukron Ahmad³, Dalili⁴

¹ Universitas Teknologi Yogyakarta/Universitas Teknologi Yogyakarta, Indonesia

² Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta, Indonesia

³ UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

⁴ UiTM, Malaysia

 nurpajri@gmail.com

Article Information

Submitted January 11, 20xx

Revised May 15, 2024

Accepted June 10, 2024

Keywords

Digital marketing dan Fotografi

How to cite (APA 7th Style):

Nama Belakang, Nama Depan. (Tahun).

Judul Artikel. *Nama Jurnal*, Volume (Nomor), Halaman. Link DOI.

E-ISSN:

2797-3395

Published by:

UIN Raden Intan Lampung

Abstract

This activity, which is part of the Community Empowerment Communication (KPM) program, aims to improve the ability of PKK members who have MSME products to market their products through "Digital Marketing and Photography". The problems experienced by PKK members are the lack of understanding of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Argomulyo Sedayu to promote their products using social media by displaying good and attractive product photos, and the background of the partner members is heterogeneous so knowledge is needed in taking photos and editing product photos with a smartphone camera. The implementation method used is face-to-face training through preparation stages such as surveying activity locations, and the implementation stage which includes training in using smartphones for product photography and photo editing for making product advertisements for members of the PKK Karanglo Argomulyo Sedayu Bantul Yogyakarta, stage monitoring and evaluation to see the effectiveness and response of participants. The results obtained from the presentation of material, training and practice have broadened the participants' insight into the use of Digital Marketing on Smartphones for product photos to create advertisements and product marketing for members of PKK Karanglo, Argomulyo Sedayu, Bantul, Yogyakarta.

PENDAHULUAN

Di era modern ini digital marketing bukanlah sesuatu yang asing. Digital marketing sangat bermanfaat untuk kegiatan penjualan karena selain jangkauan penjualannya yang lebih luas, kegiatan operasional dan promosi dapat lebih singkat untuk dilakukan. Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin maju serta adopsi internet yang semakin luas mendorong terjadinya perubahan dalam pengelolaan suatu usaha. Teknologi informasi membawa banyak manfaat bagi pelaku usaha untuk meningkatkan produktivitas dan pemasarannya.

Di sisi lain, pemasaran digital mendorong pertumbuhan usaha mikro semakin banyak sehingga para pelaku usaha dituntut untuk melakukan inovasi dan kreativitas melalui branding untuk meningkatkan nilai jual produk, dan juga untuk menarik calon konsumen. serta perlu menyusun strategi pemasaran yang kreatif untuk memikat calon konsumen (Susilowati et al., 2022). Di era digital saat ini, pemasaran digital memegang peran yang sangat penting bagi pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) seperti sekarang ini. Kekuatan dan potensi digital marketing membuat UMKM mampu mengatasi keterbatasan sumber daya dan bersaing dengan perusahaan besar. Melalui penggunaan strategi digital marketing yang efektif, UMKM dapat memperluas jangkauan bisnis mereka, meningkatkan penjualan, membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, mempermudah pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Digital Marketing adalah proses dalam memasarkan suatu produk dan jasa dengan melalui media internet. Pemasaran digital marketing, tidak hanya bertujuan dalam meningkatkan penjualan, tetapi juga mempromosikan produk dan jasa baru, branding dan membangun hubungan baik dengan para konsumen. Dalam pelaksanaan Strategi digital marketing, sangat bagus bagi produsen karena memungkinkan calon pelanggan memperoleh berbagai informasi tentang produk melalui internet (Kingsnorth, 2016).

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha, khususnya pelaku usaha mikro kecil adalah ketidakmampuan untuk menghasilkan foto produk yang menarik. Selain itu, seringkali pelaku usaha memiliki pemahaman bahwa untuk menghasilkan foto produk yang bagus memerlukan perangkat fotografi yang kompleks. Faktanya, saat ini hampir semua pelaku usaha maupun masyarakat secara umum sudah memiliki ponsel (*smartphone*). Namun para pelaku usaha belum mengoptimalkannya dan hanya memanfaatkannya sebagai alat komunikasi. Penggunaan berbagai aplikasi digital pada *smartphone* belum dimanfaatkan dengan baik untuk mendukung aktivitas bisnis. Untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memasarkan produknya melalui online *e commerce*, di perlukan foto produk untuk dipublikasikan sehingga calon konsumen mengetahui bentuk atau rupa produk yang ditawarkan. Maka dari itu diperlukan kemampuan fotografi agar gambar produk tersebut memiliki nilai komersial sekaligus menampilkan *branding* dari produk yang akan dipasarkan.

Permasalahan utama dihadapi oleh pelaku usaha mikro adalah kurang pengalaman dalam bidang fotografi pada *smartphone*, pelaku usaha yang kurang melek teknologi akan kesulitan untuk dapat belajar mendesain secara mandiri, tanpa pelatihan dan pendampingan tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa studi Pustaka, diantaranya adalah fotografi, *Smartphone photography*. Istilah dari Fotografi seperti yang diungkapkan oleh Basalamah & Adiati

yaitu; bila dilihat dari asal katanya dari Bahasa Inggris, yaitu *photography* yang juga merupakan istilah yang diambil dari kata Yunani, yaitu “*protos*” yang mempunyai arti cahaya, dan kata “*grafo*” yang berartikan melukis/menulis. Dan bila diartikan dari istilah Bahasa Inggris yaitu fotografi mempunyai arti keahlian seni maupun ilmu pengetahuan yang digunakan dalam membuat sebuah gambar yang dapat tahan lama ataupun cahaya dan radiasi elektromagnetik PKK yang lain dengan cara diproses kimia dan sensor sebagai perantaranya. (Wahjuwibowo, 2015)

Di Indonesia terdapat banyak perusahaan yang menyediakan platform e-commerce. Shopee memperoleh peringkat pertama yang paling banyak digemari oleh konsumen Indonesia. Indonesia terdapat banyak perusahaan yang menyediakan platform e-commerce. Salah satunya e-commerce Shopee memperoleh peringkat pertama yang banyak digemari oleh konsumen Indonesia. Shopee Aplikasi marketplace Shopee merupakan sebuah pusat perbelanjaan mobile yang diluncurkan pada bulan Desember 2015 oleh PT. Shopee Indonesia. Platform belanja online Shopee menyatakan dirinya sebagai Pejuang Belanja Dari Rumah, tujuannya yaitu ingin membantu masyarakat Indonesia khususnya agar bisa mendapatkan kebutuhan sehari-hari dengan cara paling aman dan paling mudah. Dengan membuka aplikasi Shopee dan berbelanja seperti biasa diharapkan kebutuhan tersebut dapat terpenuhi, pengalaman belanja pengguna Shopee semakin menyenangkan dan efisien, karena tersedia fitur-fitur yang sangat menarik. Shopee Indonesia memiliki visi Menjadi mobile marketplace no. 1 di Indonesia dan misi Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia.

Hal serupa juga dialami oleh ibu-ibu anggota PKK Karanglo Argomulyo Sedayu Bantul Yogyakarta. Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) adalah sebuah organisasi kemasyarakatan desa sebagai gerakan yang tumbuh dari bawah dengan perannya perempuan dalam mengembangkan dan membentuk keluarga guna mewujudkan kesejahteraan keluarga dalam membangun desa melalui program-program yang dijalankan. Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) diatur dan dibina oleh departemen negeri. Berdasarkan keputusan presiden no. 28 tahun 1980 tentang perubahan Lembaga Sosial Desa (LSD) menjadi Lembaga Ketahanan Masyarakat Desa (LKMD) dan sebagai seksi ke 10 di LKMD (pkk.tanjabbar.go.id, 2019). Dalam pembinaan kesejahteraan keluarga yang ada Argomulyo Karanglo ini menjadi wadah dari para anggota yang ingin membuka UMKM. Seiring berjalannya waktu para pelaku UMKM di PKK Karanglo Argomulyo mengalami kesulitan dalam mempromosikan produk tersebut, para pelaku kesulitan dalam membuat foto produk yang menarik seperti: foto tidak detail, *background* foto yang tidak menarik atau rapi, kurangnya pencahayaan, dan hasil foto yang kabur. Selain itu, anggota ibu-ibu PKK tidak mendesain foto tersebut, agar lebih informatif atau menarik. Namun, foto produk tersebut langsung dibagikan ke berbagai media sosial.

PKK Karanglo Argomulyo Sedayu Bantul Yogyakarta membutuhkan kegiatan Pelatihan Pemasaran digital marketing dan fotografi sederhana agar promosi produk makanan dapat lebih optimal. Pelatihan foto dan editing bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan dokumentasi foto produk yang bagus dan menarik oleh ibu PKK Karanglo, serta meningkatkan kemampuan dalam editing foto produk yang nantinya akan digunakan dalam pemasaran digital. Melalui pelatihan tersebut, para pelaku usaha dapat memasarkan dan mempromosikan foto produk dengan dokumentasi yang bagus dan menarik, agar memiliki nilai pemasaran yang tinggi. Jika pelaku UMKM PKK paham akan pentingnya digital marketing dan fotografi bagi usaha yang mereka jalankan, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan Digital

Marketing dan fotografi *smartphone* sebagai sarana komunikasi dan promosi bagi usaha mereka seterusnya, serta dapat mempraktekkannya secara langsung dengan memanfaatkan melalui media *e commerce* shopee.

METODOLOGI PENGABDIAN

Bentuk metode pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dilaksanakan oleh ibu-ibu pkk di Padukuhan Karanglo dengan sasaran kepada para pelaku UMKM yang beranggotakan 40 orang. Kegiatan utama dalam pemberdayaan masyarakat ini adalah program pemasaran yang dilakukan dalam bentuk workshop dengan melibatkan pelaku UMKM. Untuk kegiatan pendukung, pelaksanaannya dilakukan dalam bentuk partisipasi mahasiswa yang dikemas dalam pendampingan partisipatif. Dari proses pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat ini dilakukan dengan tiga tahap, yaitu tahap pertama: pemberian materi digital marketing *e commerce* shopee dan tanya jawab, tahap kedua: pelatihan fotografi dan tahap ketiga: evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Pengabdian

Program kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan judul pelatihan pemasaran digital marketing dan fotografi bagi pkk padukuhan karanglo sedayu bantul sudah dilaksanakan. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan pada tanggal 19 november 2023. Kegiatan pemberdayaan tersebut melibatkan tim panitia yang terdiri dari dosen dan mahasiswa serta pelaku umkm di kelurahan padukuhan karanglo sedayu bantul. Dari proses pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat ini dilakukan dengan tiga tahap, yaitu: tahap pemberian materi pemberian materi digital marketing , tahap tahap pelatihan dan fotografi dan tahapan evaluasi. Ketiga tahap ini dapat dilihat hasil yang dicapai sebagai berikut:

Tahap Pemberian Materi Digital Marketing

Dalam tahap awal terlebih dahulu dilakukan proses pengenalan satu sama lain dan memberikan pengantar tentang tujuan pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat kepada para peserta pelatihan. Kemudian pemateri atau narasumber menyampaikan materi seputar “digital marketing” di layar proyektor lcd terkait tentang penjelasan mengenai apa itu digital marketing, perkembangan digital marketing melalui *e commerce*, langkah-langkah dalam memulai digital marketing dan keunggulan serta kelemahan dari pemanfaatannya. Narasumber yang menjadi pengisi materi Pelatihan Digital Marketing sendiri Entus Nuryana Ahmad M.I.Kom. Pada saat proses sosialisasi ini, para pemilik UMKM di beri informasi yang cukup menarik terkait dunia digital marketing.



Gambar 1. Pemberian materi oleh narasumber

Ketika membicarakan pemasaran online, maka tidak terlepas dari *e-commerce* yang bermunculan di Indonesia. Penggunaan *e-commerce* dalam pemasaran online dinilai lebih menguntungkan, baik dari segi penjual maupun pembeli. Berdasarkan data statistik, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022. Jumlah tersebut meningkat 12,79% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 158,65 juta pengguna. Pengguna aktif *e-commerce* di Indonesia mencapai 33,4% dari total penduduk. Sedangkan 17% penduduk intensitasnya jarang menggunakan *e-commerce* (Andre Lidwin, 2021). Kemudian Melalui transaksi jual beli menggunakan *e-commerce* Shopee segala bentuk penipuan dalam transaksi jual beli dapat diminimalisir, terdapat efisiensi waktu, serta tidak memerlukan etalase fisik. Didalam mengaplikasikannya, kami bersama dengan pelaku UMKM mencoba untuk mendaftarkan akun bisnis ke salah satu aplikasi *e-commerce*. Salah satu aplikasi tersebut merupakan shopee, yang mana aplikasi ini merupakan aplikasi yang jangkauannya luas sekarang.

Pada pertemuan ini pemahaman dari pelaku UMKM mengenai digital marketing masih kurang. Para pelaku usaha UMKM hanya menggunakan jualan online melalui media sosial berupa Whatsapp. Hal ini dirasa cukup untuk menjadi dasar pengenalan media sosial dalam digital marketing sebagai media pemasaran produk mereka. Kemudian untuk para pelaku UMKM di berikan gambaran luas mengenai pemasaran online dan dibekali pengetahuan media promosi seperti pengguna Shopee. Setelah memberikan gambaran dan contoh, pelaku UMKM di berikan sedikit pelatihan mengenai bagaimana cara pemasarannya melalui media shopee melalui ppt dan dengan menggunakan akun pribadi untuk dapat memulai berjualan dan membuka toko di Shopee yang terbilang tidak sulit sehingga mudah diingat dan di ingat oleh para pelaku UMKM.

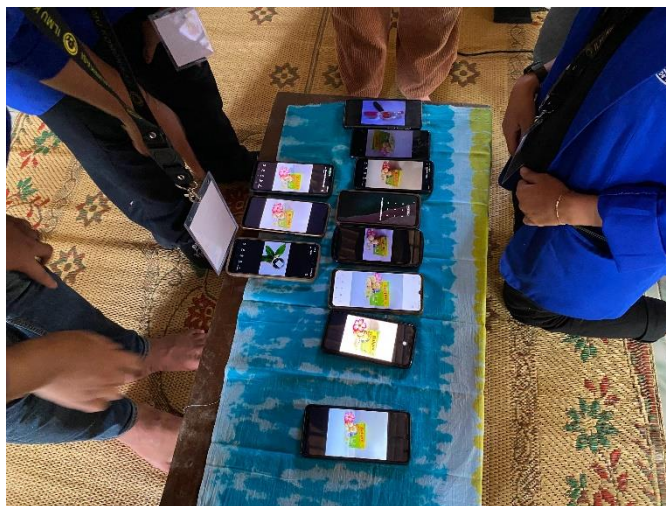
Tahap Pelatihan dan Fotografi

Kegiatan ini diawali dengan penyampaian singkat tentang fotografi smartphone yang sangat populer karena kualitas kamera yang semakin baik dan kemudahan penggunaannya yang dapat dipahami oleh para pelaku umkm. Foto produk yang menarik sangat penting dalam pemasaran online untuk menunjukkan foto yang berkualitas dan menarik perhatian pembeli, karena pembeli mengandalkan foto tersebut sebagai acuan utama dalam pertimbangan untuk membeli produk.



Gambar 2. Pelatihan ibu PKK dalam pengambilan foto produk

Gambar diatas merupakan Pelatihan fotografi oleh panitia kepada pelaku UMKM menggunakan Smartphone. Konsep dalam pelatihan fotografi produk para pelaku UMKM pelatihan ini yaitu dengan Pemaparan materi oleh panitia, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktek dengan didampingi oleh anggota panitia dalam penggunaan *Smartphone* yang dengan dibantu sebagai praktek dalam mengambil foto produk dan melakukan edit foto sebagai pembuatan iklan produk bagi peserta pelaku UMKM dan sebagai anggota PKK Karanglo Argomulyo Sedayu Bantul Yogyakarta. Pelatihan foto produk dengan kamera Smartphone sangat penting dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terutama untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi serta meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM). Pada tahapan ini pun diberikan kesempatan untuk para peserta mengajukan pertanyaan pada tutor akan pembahasan yang telah diberikan. Di tahap ini peserta umkm juga mengikuti lomba yang diadakan oleh panitia yaitu lomba fotografi sebagai evaluasi dari pemaparan materi yang diberikan oleh tutor.

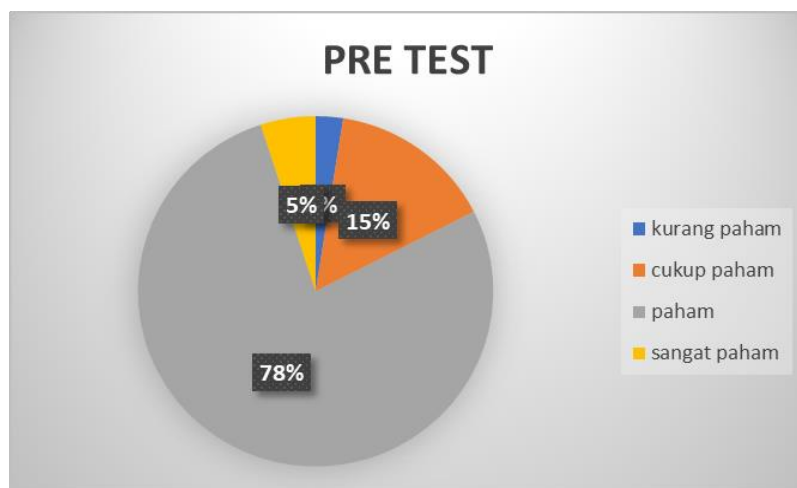


Gambar 3. lomba fotografi

gambar diatas merupakan penilaian dari lomba yang diadakan oleh panitia guna mengetahui apakah materi yang diberikan tutor ditangkap oleh para pelaku umkm dan guna memeriahkan acara supaya tidak terlalu serius.

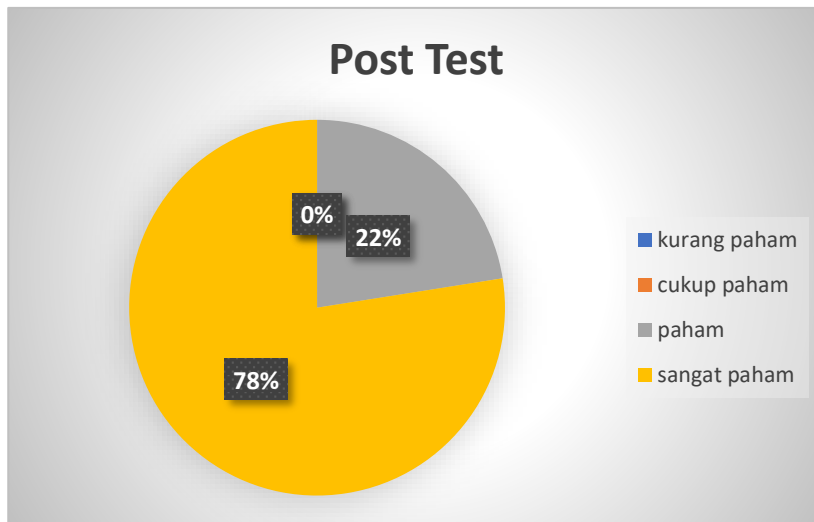
Tahapan Evaluasi

Di tahapan Evaluasi kegiatan disini dapat di lihat dari hasil perhitungan Pretest Post test. Perhitungan Pre test didapat dari pembagian lembar pre test yang dibagikan oleh mahasiswa kepada anggota PKK Karanglo pada saat anggota baru saja datang dan hendak melakukan absent yang berisikan beberapa pertanyaan pre test dan pertanyaan post test. Pada tahap evaluasi disini berfokus pada pemahaman materi yang disampaikan oleh narasumber, dan pemahaman tentang dasar-dasar penggunaan digital marketing , *e commerce* dan fotografi.



Gambar 4. Pre Test

Pada gambar diatas adalah diagram dari hasil pertanyaan Pre test yang dilakukan pada saat tahapan evaluasi. Pada diagram diatas menunjukkan hasil 2% dari 40 peserta pelatihan yang kurang paham dengan pertanyaan yang ada pada Pre test yang di berikan oleh panitia kegiatan karena mereka belum mengetahui materi yang akan di sampaikan oleh narasumber. Kemudian 15% dari 40 peserta kegiatan pelatihan yang cukup paham. Lalu 78% dari 40 peserta kegiatan pelatihan yang paham dengan pertanyaan yang ada pre test, dan 5% dari 40 peserta kegiatan pelatihan yang sangat paham dengan pertanyaan yang diberikah oleh panitia pada lembar pre test.



Gambar 5. Post Test

Gambar diatas adalah diagram hasil dari pertanyaan Post test yang dilakukan di akhir acara atau pada tahapan evaluasi. Hasil diatas menunjukkan 22% dari 40 peserta pelatihan yang paham dengan materi yang di jelaskan oleh narasumber dan 78% dari 40 peserta pelatihan sangat paham dalam memahami materi yang di sampaikan oleh narasumber.

Pembahasan

Berdasarkan pelatihan dari panitia yang diadakan oleh mahasiswa Universitas Teknologi Yogyakarta kepada pelaku UMKM atau ibu-ibu PKK Argomulyo Karanglo sedayu masih kurang mengerti terhadap digital marketing pembuatan *e commerce* dan fotografi. Penjualan atau pemasaran produk yang masih konvensional karena hanya mengandalkan pesanan dari masyarakat sekitar dan pesanan dari pemerintah setempat ketika mengadakan suatu acara. Pelaku UMKM di desa Argomulyo sudah ada yang bisa mengoperasikan telepon pintar untuk kegiatan sehari-hari, berbelanja di market place, dan menggunakan sosial media. Akan tetapi belum mengetahui apa manfaat yang bisa diambil dari penggunaan media digital yang ada dari hasil evaluasi perhitungan pre test untuk pelaku UMKM di Desa Argomulyo pada saat Pelatihan Pemasaran Digital Marketing Dan Fotografi Pkk Padukuhan Karanglo Sedayu Bantul.

Pelatihan pemasaran digital marketing dan fotografi ini adalah kegiatan pemberdayaan masyarakat di wilayah Padukuhan Karanglo Sedayu Bantul, pada hari Minggu tanggal 19 November 2023 yang dimulai sejak pukul 13.00 WIB sampai 15.30 WIB. Pemateri memaparkan materi sesuai dengan tujuan penelitian dan kebutuhan dari pelaku UMKM sendiri yaitu mengenai digital marketing. Setelah mengikuti sosialisasi mengenai digital marketing diharapkan pelaku UMKM Desa lebih memahami apa itu digital marketing dan menerapkannya sampai acara selesai. Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini berjalan sesuai dengan perencanaan sebelumnya. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 40 pelaku umkm padukuhan karanglo. Peserta mengikuti acara dari awal sampai akhir. Kemudian diadakan lomba fotografi bagi para peserta yang beruntung akan mendapatkan doorprize yang sudah disiapkan oleh panitia. Dari proses pelaksanaan kegiatan

pemberdayaan masyarakat ini dilakukan dengan tiga tahap, yaitu tahap pertama: pemberian materi digital marketing *e commerce* shopee dan tanya jawab, tahap kedua: pelatihan fotografi dan tahap ketiga: evaluasi.

Dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM belum sadar sepenuhnya tentang manfaat digital marketing sebagai sarana pengembangan daira usaha mereka, masih minimnya pengetahuan cara pemasaran melalui media digital. Sehingga masih mempertahankan pemasaran secara konvensional mengandalkan konsumen masyarakat sekitar dapat dilihat dari hasil Pretest yaitu ada 2% dari 40 peserta pelatihan yang kurang paham dengan pertanyaan yang ada pada Pretest yang di berikah oleh paniti kegiatan karena mereka belum mengetahui materi yang akan di sampaikan oleh narasumber.15% dari 40 peserta kegiatan pelatihan yang cukup paham. Lalu 78% dari 40 peserta kegiatan pelatihan yang paham dengan pertanyaan yang ada pretest, dan 5% dari 40 peserta kegiatan pelatihan yang sangat paham dengan pertanyaan yang diberikan. Pelatihan mengenai pemanfaatan digital marketing membuat para pelaku UMKM mulai memahami apa itu digital marketing, mengerti seberapa penting menguasai teknologi untuk mengembangkan pemasaran, mengetahui cara menggunakan internet sebagai media pemasaran, dan mampu memahami perkembangan teknologi yang ada sebagai peluang untuk mengembangkan usaha supaya lebih maju dapat dilihat pada hasil post test menunjukkan 22% dari 40 peserta pelatihanyang paham dengan materi yang di jelaskan oleh narasumber dan 78% dari 40 peserta pelatihan sangat paham dalam memahami materi yang di sampaikan oleh narasumber.

KESIMPULAN

Penggunaan teknologi digital saat ini, membuat segala aktivitas manusia mulai dari segala bidang termasuk ekonomi terpengaruh. Penggunaan internet sendiri terkhusus dalam bidang ekonomi digunakan untuk mendapatkan calon konsumen, membangun kepercayaan mereka, mempromosikan barang, dan memberi respon skala produk dalam penjualan yang menuju ke profit. Digital marketing memungkinkan konsumen untuk memperoleh semua informasi tentang produk dan melakukan pembelian produk melalui internet, serta memungkinkan penjual untuk memantau dan memenuhi kebutuhan calon pembeli tanpa kendala waktu. Platform yang sering digunakan oleh kedua UMKM sendiri adalah Whatsapp dan Facebook termasuk penggunaan di bidang *e commerce* yang baru yaitu Shopee. Dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat yaitu mata kuliah Komunikasi Pemberdaya Masyarakat, kami menemukan bahwa pelaku dari UMKM sebenarnya tertarik untuk menggunakan digital marketing, namun mereka menghadapi beberapa kendala saat menggunakan hal tersebut seperti ; kurangnya pemahaman tentang pentingnya digital marketing, kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi dan komunikasi yang baik serta cara menggunakan dan memanfaatkan media sosial, ingin mendapatkan hasil yang cepat, dan kurangnya pemahaman tentang membuat "postingan" yang menarik. Pelaku UMKM juga tidak bisa teknik fotografi karena sebagian dari pelaku UMKM kurang dalam pemahaman Fotografi.

DAFTAR REFERENSI

Andre Lidwin. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Databoks.Katadata.Co.Id.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

- Author, A. A., & Author, B. B. (yyyy). *Title of book in italics and sentence-style capitalization*. Location: Publisher.
- Brennan, M. A., & Israel, G. D. (2020). The power of community. *Community Development Journal of Development*, 39(1), 82-97.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy*.
- pkk.tanjabarkab.go.id. (2019). *Sejarah Singkat Gerakan PKK*. <https://Pkk.Tanjabarkab.Go.Id/>.
<https://pkk.tanjabarkab.go.id/sejarah/>
- Satriawan, Dedi. (2021). Pelatihan Penulisan Karya Ilmiah pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah. *Jurnal Al-Mu'awanah*, 1(1), 17-26. <https://doi.org/10.24042/almuawanah.v3i2.14274>
- Schunk, D. H. (2004). *Learning theories: An educational perspective (4th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Susilowati, S., Giantika, G. G., Munanjar, A., & Utomo, I. W. (2022). Pelatihan Penggunaan Smartphone untuk Melakukan Foto Produk dan Editing Foto sebagai Pembuatan Iklan Produk bagi Anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 123–134. <https://doi.org/10.54082/jippm.34>
- Tadjuddin, N., Elfiah, R., Meriyati, M., Wekke, I. S., & Saregar, A. (2019). The interaction of children's early moral development process through a holistic approach. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 8(9), 126–142.
- Wahjuwibowo, I. S. (2015). Pengantar Jurnalistik: Teknik Penulisan Berita, Artikel & Feature. *Perludem*, 1–168.