



PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Editor Officer : PPPM Institut Teknologi Pagar Alam Jl Masik Siagim No.75
Kec Dempo Tengah Kota Pagar Alam Sumatera Selatan Indonesia
Email : Ngabdimas@lppmsttpagaralam.ac.id
Alamat Jurnal : <https://ejournal.pppmitpa.or.id/>

OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DAN FOTOGRAFI PRODUK DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN UMKM SISWA SMK DEMPO SELATAN KOTA PAGAR ALAM

¹⁾Asep Syaputra, ²⁾Edowinsyah, ³⁾Nanda S Prawira

^{1,3)}Program Studi Teknik Informatika Institut Teknologi Pagar Alam

²⁾Program Studi Teknik Sipil Institut Teknologi Pagar Alam

Jln. Masik Siagim No. 75 Simpang Mbacang Kec. Dempo Tengah Kota Pagar Alam

*Email: asepsyaputra68@itpa.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengembangkan kompetensi siswa SMK dan pelaku UMKM di Dempo Selatan, Kota Pagar Alam dalam bidang fotografi produk dan digital marketing sebagai sarana peningkatan penjualan. Tantangan utama yang dihadapi mitra meliputi rendahnya kualitas fotografi produk dan terbatasnya penggunaan media digital dalam kegiatan promosi. Kegiatan pelatihan difokuskan pada pembekalan keterampilan fotografi produk dasar dengan alat sederhana, penggunaan aplikasi edit foto, serta optimalisasi strategi pemasaran digital berbasis media sosial dan marketplace. Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode pemaparan materi, pelatihan praktik, dan pendampingan berkelanjutan yang dilaksanakan selama satu bulan. Evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa kemampuan peserta dalam menghasilkan foto produk yang menarik dan profesional mengalami peningkatan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya pemahaman strategi pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 87,5% peserta berhasil mengimplementasikan materi pelatihan melalui peningkatan kualitas konten promosi dan perluasan jangkauan pemasaran secara daring, disertai dengan peningkatan rata-rata penjualan produk sebesar 32,7% selama dua bulan pasca pelatihan. Hasil kegiatan membuktikan bahwa integrasi pelatihan fotografi dan digital marketing berkontribusi positif dalam meningkatkan daya saing siswa SMK serta pelaku UMKM di tingkat lokal. Kegiatan ini diharapkan menjadi model yang dapat direplikasi secara berkelanjutan untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif pada siswa SMK serta masyarakat di Kota Pagar Alam.

Kata Kunci : fotografi produk, strategi pemasaran digital, UMKM, peningkatan penjualan

1. PENDAHULUAN.

Transformasi teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap dinamika dunia usaha, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta aktivitas kewirausahaan di kalangan siswa [1]. Perkembangan tersebut menuntut pelaku usaha dan siswa wirausaha untuk mampu beradaptasi dengan pola pemasaran berbasis digital agar tetap kompetitif [2]. Wilayah Dempo Selatan di Kota Pagar Alam merupakan salah satu kawasan yang memiliki potensi strategis dalam pengembangan UMKM serta kewirausahaan siswa SMK, baik dari segi sumber daya manusia maupun keragaman produk yang dihasilkan. Namun demikian, besarnya potensi tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan kemampuan pelaku usaha dan siswa dalam meningkatkan daya saing produk. Berbagai kendala masih dihadapi, terutama yang berkaitan dengan kualitas visual promosi produk serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Tantangan utama yang teridentifikasi meliputi rendahnya kualitas foto produk yang dihasilkan, serta terbatasnya pemahaman dan keterampilan dalam menerapkan strategi digital marketing secara efektif.

Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya daya tarik produk di mata konsumen, yang selanjutnya berimplikasi pada rendahnya minat beli serta terbatasnya jangkauan pemasaran produk-produk lokal [3]. Akibatnya, potensi ekonomi yang dimiliki oleh UMKM dan kewirausahaan siswa belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis melalui peningkatan kompetensi dalam bidang fotografi produk dan digital

marketing guna mendukung penguatan daya saing dan keberlanjutan UMKM serta kewirausahaan siswa di Kota Pagar Alam.

Penguatan kompetensi dalam bidang fotografi produk dan digital marketing memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Pagar Alam. Kemampuan menghasilkan visual produk yang menarik dan berkualitas profesional menjadi salah satu faktor penentu dalam meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, khususnya pada era digital yang sangat mengandalkan media visual sebagai sarana komunikasi pemasaran. Melalui kegiatan pelatihan ini, diharapkan dapat dihasilkan solusi alternatif terhadap berbagai kendala promosi dan pemasaran yang selama ini dihadapi oleh siswa dan pelaku UMKM, sehingga mereka mampu meningkatkan daya saing produk secara berkelanjutan.

Aspek visual produk terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian konsumen, karena visual yang baik mampu membangun persepsi kualitas, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat citra merek [4]. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Afriansyah Dkk yang menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing secara optimal dapat berkontribusi terhadap peningkatan penjualan UMKM hingga sebesar 30% [5]. Dengan demikian, integrasi antara keterampilan fotografi produk dan strategi digital marketing menjadi pendekatan yang relevan dan efektif dalam mendukung pengembangan usaha kecil.

Selain itu, hasil-hasil penelitian terdahulu juga menegaskan bahwa keberlanjutan program pelatihan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kapasitas dan kompetensi pelaku usaha kecil. Pelatihan yang dilakukan secara berkesinambungan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat pemahaman pelaku usaha terhadap dinamika pasar dan perkembangan teknologi digital [6]. Oleh karena itu, pelaksanaan pelatihan fotografi produk dan digital marketing secara terpadu dan berkelanjutan diharapkan mampu memberikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan kinerja usaha serta pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Pagar Alam.

Pelatihan ini dirancang secara komprehensif dengan mengintegrasikan materi teknik dasar fotografi produk, pemanfaatan aplikasi pengeditan foto, serta penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform marketplace. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan teoretis untuk memperkuat pemahaman konseptual peserta, dilanjutkan dengan praktik langsung guna meningkatkan keterampilan teknis, serta pendampingan intensif untuk memastikan kemampuan tersebut dapat diterapkan secara optimal dalam konteks usaha yang dijalankan.

Secara khusus, pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi siswa dan pelaku UMKM dalam menghasilkan foto produk yang berkualitas dan berstandar profesional, membekali peserta dengan pemahaman serta keterampilan strategi digital marketing dalam rangka memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Pagar Alam melalui optimalisasi pemanfaatan teknologi digital. Peningkatan kompetensi tersebut diharapkan mampu mendorong terciptanya inovasi dalam promosi produk serta memperkuat daya tarik produk lokal di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Melalui pelaksanaan pelatihan ini, siswa dan pelaku UMKM di wilayah Dempo Selatan diharapkan tidak hanya memiliki peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing usaha dan memperkuat posisi produk mereka di pasar lokal. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan kapasitas sumber daya manusia serta keberlanjutan pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Pagar Alam.

2. METODE.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menerapkan metode penelitian tindakan (action research) dengan pendekatan partisipatif. Rancangan penelitian difokuskan pada pelaksanaan pelatihan secara langsung kepada SMK di Kota Pagar Alam serta pelaku UMKM

di wilayah Dempo Selatan, Kota Pagar Alam, sekaligus mengevaluasi dampak pelatihan terhadap peningkatan keterampilan fotografi produk dan pemanfaatan digital marketing.

Subjek penelitian terdiri atas 50 siswa SMK Di Kota Pagar Alam yang selanjutnya didistribusikan untuk melakukan pendampingan pada UMKM aktif di wilayah Dempo Selatan, Kota Pagar Alam. Pemilihan subjek penelitian dilakukan secara purposive sampling, dengan mempertimbangkan kesediaan peserta serta kebutuhan UMKM dalam meningkatkan kapasitas promosi produk. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi:

- a. Lembar observasi yang digunakan untuk menilai pelaksanaan praktik fotografi produk dan penerapan digital marketing oleh peserta selama kegiatan pelatihan.
- b. Pedoman wawancara terstruktur yang disusun untuk menggali pengalaman, persepsi, serta kendala yang dihadapi peserta selama mengikuti rangkaian pelatihan.
- c. Dokumentasi berupa hasil foto produk dan konten digital yang dihasilkan oleh peserta sebagai luaran kegiatan pelatihan.

Prosedur pengumpulan data dalam kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Tahap pertama meliputi pelaksanaan pelatihan yang mencakup penyampaian materi teoretis, praktik fotografi produk, penggunaan aplikasi pengeditan foto, serta penerapan strategi digital marketing. Pada tahap selanjutnya, dilakukan kegiatan observasi dan dokumentasi melalui pemantauan secara langsung selama proses praktik berlangsung, disertai dengan pengumpulan hasil karya peserta sebagai bentuk luaran kegiatan [7]. Tahap akhir pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur yang bertujuan untuk menggali pengalaman peserta secara lebih mendalam serta mengevaluasi berbagai kendala yang dihadapi selama mengikuti pelatihan. Hasil dari tahapan ini digunakan sebagai bahan evaluasi untuk menilai efektivitas pelatihan serta dampaknya terhadap peningkatan keterampilan fotografi produk dan pemanfaatan digital marketing.

Data yang diperoleh dalam kegiatan ini dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menerapkan statistik deskriptif untuk mengidentifikasi peningkatan tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan [8]. Pendekatan ini digunakan untuk memberikan gambaran objektif mengenai perubahan capaian kompetensi peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan.

Sementara itu, data yang bersumber dari hasil observasi dan wawancara dianalisis secara kualitatif dengan tujuan untuk mengidentifikasi perubahan perilaku, pengalaman belajar, serta berbagai hambatan yang dihadapi peserta selama proses pelatihan berlangsung [9]. Selain itu, dokumentasi berupa hasil foto produk dan konten digital yang dihasilkan peserta dievaluasi berdasarkan kriteria kualitas visual dan tingkat kreativitas. Keseluruhan proses analisis ini bertujuan untuk menilai efektivitas pelatihan dalam meningkatkan kompetensi peserta dalam bidang fotografi produk dan digital marketing.

3. PEMBAHASAN DAN HASIL

Pelaksanaan pelatihan fotografi produk dan digital marketing yang diikuti oleh 50 peserta dari Institut Teknologi Pagar Alam menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada aspek kemampuan teknis serta pemahaman peserta terhadap strategi pemasaran digital. Hasil pengukuran yang diperoleh melalui instrumen pretest dan posttest menunjukkan adanya perubahan capaian kompetensi peserta, yang tercermin dari peningkatan skor setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan, sebagaimana ditunjukkan pada data berikut:

Tabel 1. Aspek Evaluasi dan Persentase Hasil Penilaian

Aspek yang Diukur	Skor Rata-rata Pretest	Skor Rata-rata Posttest	Persentase Peningkatan (%)
Kemampuan Fotografi Produk	51.6	84.3	32.7
Pemahaman Digital Marketing	48.7	77.8	29.1

Selain itu, hasil evaluasi terhadap kinerja penjualan produk UMKM peserta menunjukkan adanya peningkatan rata-rata sebesar 32.7% setelah pelaksanaan pelatihan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dan pemahaman pemasaran digital, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pendapatan usaha. Peningkatan tersebut mencerminkan efektivitas pelatihan dalam mendukung penguatan kapasitas pelaku UMKM serta optimalisasi strategi promosi dan pemasaran produk.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan selama pelaksanaan pelatihan, diperoleh beberapa temuan penting yang menggambarkan dampak kegiatan terhadap peserta.

1. Terjadi peningkatan tingkat kepercayaan diri peserta dalam menyusun dan menghasilkan konten promosi, yang didukung oleh pemahaman terhadap teknik fotografi produk dan pengeditan foto yang diperoleh selama pelatihan.
2. Pelaku UMKM melaporkan adanya kemudahan dalam memanfaatkan media digital, khususnya media sosial dan platform marketplace, sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pemasaran produk.
3. Mahasiswa peserta pelatihan menunjukkan kemampuan dalam mengaplikasikan strategi digital marketing untuk mendukung pengembangan usaha rintisan yang mereka jalankan.
4. Meskipun sebagian peserta menghadapi kendala awal dalam penggunaan teknologi digital, proses pendampingan yang dilakukan secara intensif terbukti efektif dalam membantu peserta mengatasi hambatan tersebut. Terakhir, hasil dokumentasi foto produk menunjukkan adanya peningkatan kualitas visual yang lebih menarik dan berstandar profesional, yang selanjutnya berkontribusi terhadap peningkatan daya tarik produk serta minat beli konsumen.

Tabel 2. Ringkasan Capaian Hasil Pelaksanaan Pelatihan

Indikator Keberhasilan	Capaian Hasil
Peningkatan kompetensi fotografi produk	Skor rata-rata meningkat dari 51,6 menjadi 84,3, atau mengalami kenaikan sebesar 32,7%.
Peningkatan kompetensi digital marketing	Skor rata-rata meningkat dari 48,7 menjadi 77,8, dengan persentase kenaikan sebesar 29,1%.
Peningkatan penjualan UMKM	Terjadi peningkatan rata-rata penjualan sebesar 28% dalam kurun waktu dua bulan setelah pelatihan.
Tingkat penerapan hasil pelatihan	Sebanyak 87% peserta mampu mengimplementasikan teknik fotografi produk dan strategi pemasaran digital yang diperoleh selama pelatihan.
Tingkat kepuasan peserta	Mayoritas peserta menyatakan bahwa pelatihan sangat membantu, relevan dengan kebutuhan, dan mudah diterapkan dalam kegiatan usaha.

Berdasarkan hasil evaluasi sebagaimana disajikan pada Tabel 2, seluruh indikator keberhasilan menunjukkan capaian yang positif. Peningkatan skor pada aspek fotografi produk dan digital marketing mengindikasikan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan kompetensi teknis peserta. Selain itu, peningkatan penjualan UMKM serta tingginya tingkat penerapan hasil pelatihan dan kepuasan peserta menunjukkan bahwa materi dan metode pelatihan yang diterapkan relevan dengan kebutuhan peserta dan berdampak langsung terhadap pengembangan usaha.



Gambar 1. Pembuatan Karya



Gambar 2. Pembeian Materi

Integrasi hasil analisis data kuantitatif dan kualitatif memberikan dasar yang kuat dalam memperkuat kesimpulan mengenai efektivitas program pelatihan fotografi produk dan digital marketing. Temuan kuantitatif yang menunjukkan adanya peningkatan capaian kemampuan peserta secara signifikan seperti kenaikan rata-rata skor fotografi produk dari 51,6 menjadi 84,3 dan skor digital marketing dari 48,7 menjadi 77,8, serta peningkatan penjualan UMKM sebesar 28% menyajikan bukti yang objektif dan terukur mengenai keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan kompetensi teknis peserta serta kinerja usaha yang dijalankan. Bukti empiris tersebut menegaskan bahwa pendekatan pelatihan yang diterapkan tidak hanya berdampak pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan hasil usaha. Dengan demikian, kombinasi data kuantitatif dan kualitatif memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas program pelatihan dalam mendukung penguatan kapasitas peserta di bidang fotografi produk dan pemasaran digital.

Di sisi lain, temuan kualitatif yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi memberikan kontribusi penting dalam memperkaya pemahaman terhadap proses dan mekanisme terjadinya peningkatan kompetensi peserta. Data kualitatif tersebut menjelaskan secara lebih rinci bagaimana dan mengapa perubahan kemampuan dapat terjadi selama pelaksanaan pelatihan. Hasil temuan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan kepercayaan diri dalam memproduksi dan mengelola konten promosi, memiliki pemahaman yang lebih baik dalam pemanfaatan media digital, serta mampu menerapkan strategi pemasaran secara lebih efektif. Selain itu, pendampingan intensif yang dilakukan secara berkelanjutan terbukti berperan dalam membantu peserta mengatasi berbagai kendala teknis yang muncul selama proses pelatihan. Hal ini mengindikasikan bahwa program pelatihan tidak hanya berorientasi pada peningkatan aspek kognitif, tetapi juga mendorong perubahan perilaku dan praktik nyata di lapangan, sehingga memberikan dampak yang lebih berkelanjutan terhadap aktivitas promosi dan pemasaran peserta [9].

Pengintegrasian data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ini menghasilkan pemahaman yang lebih utuh dan menyeluruh terhadap tingkat keberhasilan program pelatihan [10]. Data kualitatif berfungsi untuk memperjelas, menginterpretasikan, serta memperkuat temuan kuantitatif yang diperoleh, sehingga analisis tidak hanya terbatas pada capaian numerik semata [11]. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami konteks pelaksanaan pelatihan serta pengalaman subjektif peserta secara lebih mendalam. Dengan mempertimbangkan aspek hasil dan proses secara simultan, kesimpulan yang dihasilkan menjadi lebih komprehensif serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Oleh karena itu, penggabungan kedua jenis data tersebut berkontribusi signifikan dalam meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian, yang menunjukkan bahwa pelatihan fotografi produk dan digital marketing terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas siswa dan pelaku UMKM di Dempo Selatan, Kota Pagar Alam, serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja penjualan mereka.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan fotografi produk dan digital marketing bagi siswa SMK di Kota Pagar Alam serta pelaku UMKM di wilayah Dempo Selatan terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi teknis dan pemahaman peserta. Hal ini ditunjukkan oleh peningkatan rata-rata kemampuan fotografi produk sebesar 32,7% dan pemahaman digital marketing sebesar 29,1% setelah pelaksanaan pelatihan. Selain peningkatan kompetensi, program ini juga memberikan dampak nyata terhadap kinerja usaha, yang tercermin dari kenaikan rata-rata penjualan produk UMKM sebesar 28% dalam kurun waktu dua bulan pascapelatihan. Temuan kualitatif semakin memperkuat hasil tersebut dengan menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan diri peserta dalam memproduksi dan mengelola konten promosi, serta kemampuan dalam memanfaatkan media digital secara lebih optimal. Pendampingan intensif yang diberikan selama proses pelatihan berperan penting dalam membantu peserta mengatasi berbagai kendala teknis, sehingga materi yang diperoleh dapat diaplikasikan secara efektif dalam praktik nyata.

Secara keseluruhan, program pelatihan ini berhasil memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas siswa dan pelaku UMKM, serta mendukung penguatan daya saing usaha lokal. Dengan demikian, pelatihan fotografi produk dan digital marketing dapat dijadikan sebagai salah satu strategi pengembangan berkelanjutan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Pagar Alam.

5. SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi kegiatan pengabdian, beberapa rekomendasi yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

- a. Pelaksanaan Pelatihan Berkelanjutan, Disarankan agar program pelatihan fotografi produk dan digital marketing dilaksanakan secara berkesinambungan dan terjadwal. Pelatihan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan peserta mampu terus mengembangkan kompetensi serta beradaptasi dengan dinamika dan perkembangan teknologi digital yang berlangsung secara cepat.
- b. Pendampingan Pascapelatihan, Diperlukan adanya program pendampingan lanjutan setelah pelatihan utama selesai. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu peserta dalam mengatasi berbagai kendala teknis maupun strategis yang muncul pada tahap implementasi, sehingga penerapan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat berjalan secara optimal.
- c. Pengembangan dan Pengayaan Materi Pelatihan, Materi pelatihan selanjutnya disarankan untuk diperluas dengan menambahkan topik-topik lanjutan, seperti analisis pasar digital, pemanfaatan iklan berbayar (paid advertising), serta pengelolaan dan penguatan merek (branding) secara daring. Pengayaan materi tersebut diharapkan dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh peserta.
- d. Evaluasi dan Monitoring Berkala, Perlu dilakukan evaluasi dan pemantauan secara berkala terhadap perkembangan kompetensi peserta serta dampak pelatihan terhadap peningkatan penjualan dan kinerja usaha. Evaluasi ini penting untuk menjamin keberlanjutan program sekaligus menjadi dasar dalam perbaikan dan peningkatan kualitas pelatihan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] U. U. Saba, "Studi Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm)," *Jmeb J. Manaj. Ekon. Bisnis*, Vol. 2, No. 02, Pp. 46–51, 2024.
- [2] A. M. A. Ausat, D. O. Suparwata, And A. Risdiyanto, "Optimalisasi Digital Competence Sebagai Strategi Adaptasi Dinamis Wirausahawan Dalam Menghadapi Disrupsi Pasar Di Era Digital," *J. Minfo Polgan*, Vol. 14, No. 1, Pp. 173–182, 2025.
- [3] A. Ismail And D. Rudianto, "Pengembangan Produk (Product Development) Lokal Berbasis

- Keanekaragaman Pangan Masyarakat Jatinangor Sumedang,” *Kabuyutan*, Vol. 3, No. 3, Pp. 177–184, 2024.
- [4] M. S. Hawari And E. Purwanto, “Komunikasi Visual Dalam Pemasaran Produk Industri Kreatif,” *J. Nomosleca*, Vol. 11, No. 2, Pp. 259–267, 2025.
- [5] D. Afriansyah *Et Al.*, “Optimalisasi Pemasaran Produk Kopi Lokal Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi Umkm Di Desa Pakuan, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat,” *J. Pengabdi. Masy. Pemberdayaan, Inov. Dan Perubahan*, Vol. 5, No. 3, 2025.
- [6] W. Wahira And A. R. A. Anwar, “Peran Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Keberhasilan Program Kewirausahaan Di Sekolah,” *Abdurrauf J. Educ. Islam. Stud.*, Vol. 2, No. 1, Pp. 18–24, 2025.
- [7] K. N. Jamiati, N. Handayani, And S. K. Fadhillah, “Inovasi Pendampingan Fotografi Produk Berbasis Smartphone Untuk Transformasi Visual Marketing Umkm Di Desa Mekar Jaya,” *As-Sidanah J. Pengabdi. Masy.*, Vol. 7, No. 1, Pp. 216–242, 2025.
- [8] F. Agus, G. M. Putra, Z. A. Kamil, I. Arifin, And O. I. Gifari, “Peningkatan Kemampuan Analisis Statistik Kuantitatif Pada Riset Eksperimen Dengan Metode Workshop,” *Plakat J. Pelayanan Kpd. Masy.*, Vol. 4, No. 2, P. 243, 2022.
- [9] A. Laia, D. Lase, S. Waruwu, And N. A. Buulolo, “Evaluasi Pelatihan Keterampilan Di Kantor Dinas Perindustrian Dan Koperasi, Usaha Kecil Menengah Kota Gunungsitoli,” *Tuhenori J. Ilm. Multidisiplin*, Vol. 2, No. 1, Pp. 31–34, 2024.
- [10] J. Kamala, S. A. Salsa, N. Nurilawati, R. M. I. Fachriansyah, And F. Firman, “Integrasi Pelatihan Dan Pengembangan Sdm Dalam Meningkatkan Kapasitas Organisasi,” *Edu Sociata J. Pendidik. Sociol.*, Vol. 8, No. 1, Pp. 22–32, 2025.
- [11] A. Syaputra, “Aplikasi E-Kelurahan Untuk Peningkatan Pelayanan Administrasi Dalam Mendukung Penerapan E-Government. Matrik: Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer, 20 (2), 379–388,” 2021.