

PELATIHAN DAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM STUDI KASUS DI LIMBAH BERKAH BENGKULU

Siti Khodijah¹, Rinda Aguspin², Muhammad Iqbal³,
Andi Harpepen⁴

sitikhodijah3970@gmail.com¹, rindaaguspina21@gmail.com²,
muhammadiqball190104@gmail.com³, andi.harpepen@mail.uinfabengkulu.ac.id⁴
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pelatihan dan penerapan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM, dengan studi kasus pada usaha Limbah Berkah di Bengkulu. UMKM sering menghadapi berbagai tantangan dalam hal pemasaran, terutama di era digital yang menuntut adaptasi teknologi dan pemanfaatan media sosial secara efektif. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini menggambarkan bagaimana pelatihan digital marketing yang diberikan mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan marketplace untuk mempromosikan produk daur ulang mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah mengikuti pelatihan, Limbah Berkah mengalami peningkatan visibilitas brand, penjualan yang lebih stabil, serta jangkauan pasar yang lebih luas. Strategi yang digunakan antara lain optimalisasi konten visual, pemanfaatan iklan berbayar, dan kolaborasi dengan influencer lokal. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya pendampingan berkelanjutan dan kolaborasi lintas sektor untuk memperkuat digitalisasi UMKM secara menyeluruh.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Pelatihan, Strategi Pemasaran, Limbah Berkah, Media Sosial.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of training and the implementation of digital marketing strategies in enhancing the competitiveness of MSMEs, using Limbah Berkah in Bengkulu as a case study. MSMEs often face various challenges in marketing, especially in the digital era which demands technological adaptation and effective use of social media platforms. Through a qualitative approach with a case study method, this research illustrates how digital marketing training helps business owners utilize digital platforms such as Instagram, Facebook, and online marketplaces to promote their recycled products. The results show that after participating in the training, Limbah Berkah experienced increased brand visibility, more stable sales, and broader market reach. The strategies implemented include content optimization, use of paid advertising, and collaboration with local influencers. This study recommends the importance of continuous mentoring and cross-sector collaboration to strengthen the overall digitalization of MSMEs.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Training, Marketing Strategy, Limbah Berkah, Social Media.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam ekonomi Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara dan menyerap sebagian besar tenaga kerja. Namun, di tengah perkembangan teknologi digital, banyak UMKM masih mengalami kesulitan besar dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran.

Perkembangan platform media sosial saat ini tidak hanya dimanfaatkan untuk interaksi sosial, tetapi juga untuk keperluan bisnis dan usaha, yang dalam istilah lain dikenal sebagai pemasaran digital sebagai bentuk usaha untuk memperluas jangkauan

pasar. Pemasaran digital merupakan aktivitas promosi yang memanfaatkan teknologi digital melalui internet dengan menggunakan platform seperti media sosial, situs web, dan televisi digital. Pemasaran digital sangat cocok bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jaringan penjualannya. Penggunaan teknologi dan media sosial di zaman digital saat ini dapat dijadikan alat promosi yang efektif. UMKM perlu menyesuaikan diri dengan peluang yang muncul di masyarakat, seperti mengdigitalisasi usaha melalui media sosial yang mereka miliki.

Perkembangan usaha saat ini sudah beralih dari metode tradisional ke metode digital, yang didorong oleh bertambahnya jumlah pengguna internet di Indonesia.

Pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran dapat memberikan kemudahan bagi konsumen. Ini adalah salah satu keuntungan dari penggunaan media sosial, yang memungkinkan konsumen melakukan transaksi dengan lebih cepat dan efisien. Penerapan teknologi dalam pemasaran sangat krusial untuk kelangsungan UMKM. Strategi pemasaran daring memiliki dampak positif terhadap peningkatan keuntungan UMKM. Penggunaan pemasaran digital menjadi kesempatan yang ideal untuk mengikuti perkembangan zaman.

Kehadiran era digital mendorong masyarakat untuk lebih memahami dan mengenal penggunaan iklan melalui Facebook Ads, sehingga pengguna mesin pencari dapat memperoleh informasi mengenai bisnis yang diiklankan dengan menggunakan Keyword Tool, serta mengetahui tren terbaru melalui Google Trend. Ini sangat efektif dalam hal mencapai audiens konsumen yang tepat.

Dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat, limbah berkah Bengkulu dapat meningkatkan visibilitas online, menjangkau pelanggan potensial melalui berbagai saluran online, dan meningkatkan penjualan produk mereka. Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan peluang baru untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mempertahankan kualitas produk mereka dengan memanfaatkan teknologi internet dan teknologi informasi. Untuk menghadapi tantangan era digital saat ini, pengabdian ini dapat menjadi acuan bagi UMKM lainnya yang ingin mengoptimalkan pemasaran digital mereka.

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam mempromosikan produk UKM di Desa Cicalengka. Adapun beberapa hal yang dilakukan oleh tim dalam kegiatan pengabdian ini adalah memberikan sosialisasi pemahaman bagaimana cara melakukan strategi pemasaran yang baik pada pelaku UKM.

METODE PENELITIAN

Analisis Data Kualitatif

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif, yang menekankan pada pendalaman makna dan pemahaman konteks. Analisis ini mencakup penafsiran terhadap respons peserta dalam wawancara serta temuan dari hasil observasi di lapangan. Tujuan utamanya adalah untuk menilai:

1. Tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan,
2. Kemampuan mereka dalam menerapkan strategi pemasaran digital,
3. Dampak program terhadap peningkatan kompetensi dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam beradaptasi dengan dunia digital.

Melalui analisis kualitatif ini, akan dihasilkan insight yang bernilai mengenai efektivitas pelatihan, serta rekomendasi strategis untuk perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Survei ke Lokasi limbah Berkah Bengkulu.



Gambar 1. Survie kelokasi limbah Berkah Bengkulu

Temuan Survei di Limbah Berkah, Kecamatan Sukarami – Bengkulu Survei yang dilakukan terhadap pelaku UMKM di kawasan Limbah Berkah, Kecamatan Sukarami, Bengkulu, mengungkapkan sejumlah temuan yang cukup signifikan, khususnya dalam aspek pemasaran. Salah satu hasil mencolok dari survei ini adalah rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap strategi pemasaran digital. Lebih dari 67% responden mengakui bahwa mereka belum pernah memanfaatkan media sosial atau platform digital lainnya sebagai sarana promosi produk.

Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai alat pengembangan usaha. Minimnya literasi digital ini menjadi tantangan tersendiri yang perlu segera diatasi melalui pelatihan, pendampingan, serta akses terhadap informasi dan teknologi yang relevan. Peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam pemasaran digital diyakini dapat membuka peluang pasar yang lebih luas, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara lebih berkelanjutan.

2. Sejarah berdirinya Limbah Berkah Bengkulu

Komunitas Limbah Berkah Bengkulu didirikan pada 6 Juni 2023 oleh tiga individu: M. Azwar Anas, Arif Sudibyo, dan Zolpan Heriyanto. Berlokasi di Kelurahan Sukarami, Kota Bengkulu, komunitas ini berfokus pada pengolahan sampah plastik menjadi produk bernilai ekonomis, seperti vas bunga, bingkai foto, sampul buku, serta furnitur seperti kursi dan meja. Produk-produk ini dijual dengan harga mulai dari Rp15.000 hingga Rp150.000 per unit. Selain itu, Limbah Berkah juga mengolah sampah organik menjadi pupuk organik cair (Ecoenzyme) dan memproduksi kulit sintetis dari sabut kelapa, seperti coco fiber dan cocobit. Untuk mempermudah masyarakat dalam mendaur ulang sampah, mereka meluncurkan aplikasi "Sampah Online" (SALIN) pada 5 Juni 2023. Aplikasi ini memungkinkan warga untuk menjual sampah plastik mereka secara online, mirip dengan layanan ojek online, dengan petugas yang akan menjemput sampah di lokasi yang ditentukan.

Limbah Berkah Bengkulu tidak hanya bergerak di bidang pengelolaan limbah, tetapi juga aktif dalam kegiatan sosial dan pelestarian lingkungan. Salah satu wujud nyata kepedulian mereka adalah dengan mendirikan Bank Sampah Berkah (BSB), sebuah inisiatif yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah secara bijak dan berkelanjutan.

Melalui berbagai program dan kegiatan yang melibatkan partisipasi masyarakat,

komunitas ini berkomitmen untuk mengurangi permasalahan sampah di Kota Bengkulu sekaligus membangun kesadaran kolektif akan pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan.

Pengelolaan sampah yang tidak tepat, seperti pembakaran dan penimbunan, dapat menimbulkan dampak serius bagi lingkungan dan kesehatan masyarakat. Pembakaran sampah menghasilkan senyawa beracun seperti dioksin, yang bersifat karsinogenik dan berbahaya jika terhirup oleh manusia. Sementara itu, penimbunan sampah melepaskan gas rumah kaca seperti metana, yang berkontribusi terhadap pemanasan global dan memperparah krisis iklim. Selain mencemari udara, penimbunan sampah juga membawa risiko bencana lingkungan, seperti longsor dan kebakaran, terutama jika tidak dikelola dengan sistem yang aman. Tempat pembuangan sampah sering menjadi lokasi penghidupan bagi para pemulung, yang bekerja dalam kondisi yang tidak layak dan rentan terhadap berbagai penyakit.

3. Pelatihan Digital Marketing



Gambar. 2 Pelatihan manajemen digital

Pelatihan manajemen digital hadir untuk menjawab kebutuhan ini. Program ini dirancang untuk memberikan pelaku UMKM pemahaman yang mendalam tentang konsep dasar transformasi digital, pengenalan alat digital yang mudah digunakan, dan penerapan praktis yang sesuai dengan kebutuhan lokal. Dengan meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM, diharapkan mereka mampu menghadapi tantangan global, meningkatkan produktivitas, dan berkontribusi lebih signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah Bengkulu.

Pelatihan manajemen digital menjadi kebutuhan mendesak bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Bengkulu untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas di era digital. Transformasi digital menawarkan peluang besar bagi UMKM, seperti memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan inovasi produk atau layanan. Namun, banyak UMKM di Bengkulu masih menghadapi keterbatasan dalam mengadopsi teknologi digital akibat kurangnya pemahaman dan keterampilan. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendasar tentang manajemen digital, penggunaan alat digital, strategi pemasaran daring, serta pengelolaan data dan keuangan berbasis digital. Dengan pendekatan yang interaktif dan aplikatif, pelatihan ini diharapkan mampu membekali UMKM di Bengkulu dengan keterampilan yang relevan untuk mendukung pertumbuhan usaha mereka di era transformasi digital.

E-commerce merupakan proses jual beli dengan menggunakan media elektronik. Dunia bisnis sekarang ini mengalami perkembangan pesat terutama dalam hal teknologi informasi, komunikasi, dan pengaplikasian E-commerce yang dapat memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian produk secara online. Selain itu, berkembangnya

penjualan melalui E-commerce ini membuat para pedagang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen dengan mengetahui pengalaman konsumen dalam membeli suatu produk. E-commerce merupakan pilihan alternatif untuk mengikuti zaman yang serba cepat, instan dan mudah. Perubahan strategi pasar yang dilakukan oleh produsen pastinya akan mempengaruhi perilaku konsumen.

4. Strategi Pemasaran Digital

Istilah strategi pemasaran terdiri dari dua kata utama, yakni strategi dan pemasaran. Menurut Glueck, strategi diartikan sebagai respons yang berkesinambungan dan adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal, serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi kinerja suatu perusahaan. Sementara itu, pemasaran merupakan suatu proses sosial di mana individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai.

Berdasarkan pengertian tersebut, strategi pemasaran dapat dipahami sebagai suatu proses yang bersifat dinamis, yang harus senantiasa disesuaikan dengan perubahan sosial, perilaku konsumen, serta kondisi pasar yang terus berkembang. Tanpa adanya penyesuaian yang tepat dan efektif terhadap lingkungan bisnis yang baru, perusahaan berisiko mengalami disrupsi, terutama dari kompetitor lain yang memiliki produk serupa namun lebih adaptif dalam menjalankan strategi pemasarannya.

Komunitas Limbah Berkah Bengkulu telah menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan sampah dan memasarkan produk daur ulang mereka. Berikut adalah penjelasan mengenai perubahan strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh komunitas ini, serta platform yang digunakan:

a) Perubahan Strategi Pemasaran Digital

- 1) Pemasaran Konvensional: Awalnya, pemasaran produk dilakukan secara langsung melalui kegiatan komunitas dan pameran lokal.
- 2) Keterbatasan Jangkauan: Pemasaran terbatas pada area sekitar Bengkulu, dengan keterbatasan dalam menjangkau audiens yang lebih luas.
- 3) Pemanfaatan Aplikasi Digital: Komunitas Limbah Berkah mengembangkan aplikasi Sampah Online (SALIN) yang memungkinkan masyarakat untuk memilah dan menjual sampah secara online. Aplikasi ini dilengkapi dengan sistem reward poin untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, terutama generasi milenial, dalam menjaga lingkungan.
- 4) Pemasaran Melalui Media Sosial: Komunitas ini aktif memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk daur ulang mereka, berbagi informasi terkait pengelolaan sampah, serta mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya daur ulang.

b) Platform yang Digunakan

1. Instagram (@sampahonline_bkl): Digunakan untuk membagikan konten edukatif, informasi produk, dan kegiatan komunitas.
2. Facebook: Digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, berbagi berita terkini, dan mengadakan diskusi terkait pengelolaan sampah.
3. Aplikasi SALIN: Aplikasi mobile yang memungkinkan masyarakat untuk menjual sampah mereka secara online, dengan fitur penjemputan sampah oleh petugas komunitas.

c) Kampanye Pemasaran Digital Limbah Berkah Bengkulu

1. Peluncuran Aplikasi Sampah Online (SALIN)

Pada tanggal 5 Juni 2023, dalam rangka memperingati Hari Lingkungan

Hidup Sedunia, Komunitas Limbah Berkah Bengkulu meluncurkan aplikasi Sampah Online (SALIN). Aplikasi ini memungkinkan masyarakat untuk memilah dan menjual sampah secara online. Melalui aplikasi ini, masyarakat dapat mengirim foto sampah yang dimiliki, yang kemudian dapat dijual dan dikonversikan dalam nilai uang tertentu sesuai jenis dan banyaknya sampah. Pembayaran dilakukan secara virtual ke rekening masyarakat, dan mereka juga mendapatkan kenang-kenangan dari UMKM pengelolaan sampah. Peluncuran aplikasi ini mendapat dukungan penuh dari Pemerintah Kota Bengkulu melalui regulasi dan sosialisasi di tingkat masyarakat.

2. Kampanye Edukasi melalui Media Sosial

Komunitas Limbah Berkah Bengkulu aktif memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk daur ulang mereka, berbagi informasi terkait pengelolaan sampah, serta mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya daur ulang. Melalui konten yang menarik dan informatif, mereka berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah yang baik dan benar. Melalui penerapan strategi pemasaran digital yang inovatif, Komunitas Limbah Berkah Bengkulu berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan sampah dan memperluas pasar untuk produk daur ulang mereka.

3. Dampak Pelatihan Dan peningkatan Penjualan atas jangkauan pasar

Berbagai program pelatihan yang dilaksanakan di Provinsi Bengkulu terbukti memberikan dampak positif terhadap pengembangan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Kecamatan Sukarami, Provinsi Bengkulu, pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital berhasil meningkatkan keterampilan manajerial serta kemampuan promosi para pelaku usaha. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang manajemen usaha dan strategi pemasaran, para pelaku UMKM mampu meningkatkan omzet penjualan serta menjaga keberlanjutan bisnis mereka.

Sementara itu, di Kelurahan Dusun Besar, Kota Bengkulu, pelatihan tentang teknologi pemasaran digital mendorong UMKM untuk memanfaatkan platform seperti Facebook Ads, Instagram Ads, serta WhatsApp Business dalam memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan layanan pelanggan. Penerapan teknologi ini secara nyata mendorong peningkatan penjualan dan memperluas pasar secara digital.

Di Kota Bengkulu, pelatihan dan pendampingan dalam bidang seni kreatif berbasis sampah turut menunjukkan dampak signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM. Contohnya, UMKM seperti DIRGA YUSA dan BUOCA mengalami peningkatan pendapatan masing-masing sebesar 58% dan 72% setelah mengikuti pelatihan. Ini menunjukkan bahwa pelatihan yang tepat, berbasis potensi lokal dan pendekatan berkelanjutan, dapat meningkatkan keterampilan, pendapatan, dan daya saing pelaku usaha. Secara keseluruhan, rangkaian pelatihan ini membuktikan bahwa pendekatan strategis melalui pendidikan kewirausahaan, pemanfaatan teknologi digital, serta pemberdayaan kreatif berbasis lingkungan mampu memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital yang terus berkembang.

Perubahan dalam Branding dan Komunikasi Pemasaran

1. Rebranding dan Identitas Visual

Komunitas Limbah Berkah Bengkulu melakukan rebranding untuk memperkuat

identitas visual dan pesan keberlanjutan. Hal ini mencakup desain ulang logo, pemilihan warna yang mencerminkan lingkungan, dan pembuatan kemasan produk yang menarik serta informatif. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar dan memperkuat citra sebagai pelopor pengelolaan sampah berbasis komunitas.

2. Strategi Komunikasi Pemasaran Hijau

Komunitas ini menerapkan strategi pemasaran hijau (green marketing) dengan menekankan pada transparansi proses produksi, penggunaan bahan baku ramah lingkungan, dan dampak positif terhadap lingkungan. Melalui platform media sosial seperti Instagram dan Facebook, mereka mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya daur ulang dan keberlanjutan. Konten yang dibagikan mencakup informasi tentang proses produksi, manfaat produk, dan ajakan untuk berpartisipasi dalam program pengelolaan sampah.

Tantangan yang Dihadapi

1. Kesalahan Penyusunan Strategi

Kurangnya pengetahuan tentang isu lingkungan dapat mengakibatkan perencanaan strategi yang kurang matang. Hal ini berisiko membingungkan konsumen dan merugikan citra komunitas. Oleh karena itu, penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang green marketing dan implementasinya dalam konteks lokal.

2. Greenwashing

Praktik greenwashing, di mana produk diklaim ramah lingkungan padahal tidak, dapat merusak kepercayaan konsumen. Komunitas Limbah Berkah harus memastikan bahwa klaim keberlanjutan yang disampaikan didukung oleh bukti dan transparansi dalam proses produksi.

3. Biaya dan Kompleksitas Produksi

Mengubah proses produksi agar lebih ramah lingkungan seringkali memerlukan investasi besar dan proses yang kompleks. Tidak semua UMKM memiliki sumber daya untuk melakukan perubahan ini. Komunitas perlu mencari solusi inovatif yang efisien biaya dan mudah diimplementasikan.

4. Edukasi Konsumen

Meskipun kesadaran lingkungan semakin meningkat, masih banyak konsumen yang kurang memahami tentang produk-produk ramah lingkungan dan mengapa penting untuk memilihnya. Komunitas perlu terus melakukan edukasi melalui kampanye pemasaran dan informasi yang jelas mengenai manfaat produk daur ulang.

5. Regulasi dan Masalah Sosial

Perubahan kebijakan pemerintah dan masalah sosial dapat mempengaruhi operasional UMKM. Komunitas Limbah Berkah harus siap beradaptasi dengan regulasi yang berubah dan menghadapi tantangan sosial yang mungkin muncul.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa digitalisasi pemasaran merupakan strategi yang sangat relevan dan efektif dalam meningkatkan kapasitas serta daya saing UMKM, khususnya dalam menghadapi tantangan era industri 4.0. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada pelaku usaha di Komunitas Limbah Berkah Bengkulu, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, aplikasi digital, dan e-commerce.

Selain itu, pendekatan edukatif berbasis lingkungan seperti pelatihan seni kreatif dari limbah, penguatan green branding, dan penggunaan aplikasi "Sampah Online (SALIN)" menjadi model inovasi sosial yang berdampak ganda: tidak hanya meningkatkan pendapatan UMKM, tetapi juga menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan sampah berkelanjutan.

Program ini juga mengungkapkan berbagai tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur, kurangnya pemahaman teknis, hingga risiko greenwashing. Namun, melalui strategi komunikasi yang transparan, rebranding visual yang menarik, serta kampanye edukatif yang konsisten, komunitas ini mampu membangun kepercayaan konsumen dan memperluas pasar.

Secara keseluruhan, pengabdian ini membuktikan bahwa sinergi antara pelatihan digital, inovasi produk ramah lingkungan, dan strategi pemasaran yang adaptif mampu mendorong keberlanjutan UMKM serta memperkuat ekonomi lokal berbasis komunitas dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Koperasi dan UKM Bengkulu Utara. (2024). Laporan Pelatihan UMKM Berbasis Kreativitas Lokal.
- Haryanti, Sri, Bambang Mursito, and Sudarwati Sudarwati. "Analisis strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk batik pada PT. Danar Hadi Surakarta." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 3.01 (2019).
- Khusnul Fikri et al., "Pembentukan Bank Sampah Berkah (BSB) Oleh Mahasiswa KKN Kelompok 67 Universitas Muhammadiyah Riau Di Desa Lubuk Dalam," *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI* 7, no. 1 (2023): 56–61.
- Meizary, Ary, and Betty Magdalena. "Strategi Pemasaran Digital Pada Produk Umkm Dapoer Ibu Hayra." *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3.1 (2023): 86-87
- Putri, Aprillia Pratiwi, et al. "Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 3.2.1 Desember (2022): 828-829.
- Roliansyah, Arhadian, et al. "Analisis Transaksi Jual Beli Online Di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam Pada Masa Pandemi Covid 19." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1.5 (2022): 443-446.
- Soleha, Soleha, and Iis Ariska Nurhasanah. "Pemberdayaan Masyarakat Islam melalui Kearifan Lokal: Studi Kasus Bank Sampah Berkah (BSB) Talang Benih Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu." *Journal of Economic and Business Retail* 4.2 (2024): 1-6
- Syhabani, Fadil, et al. "Pelatihan Digital Marketing Dan Pameran Umkm Sebagai Sarana Pengembangan Strategi Pemasaran: Studi Kasus Umkm Desa Tanjungsiang." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 5.1 (2024): 259-266.
- Wijayanti, Indah Oktari, Deasy Emalia, and Nikmah Nikmah. "Pelatihan Manajemen Digital di UMKM Bengkulu." *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial* 1.4 (2024): 162-165.
- Yusmaniarti, Yusmaniarti, Et Al. "Peningkatan Kapasitas Sdm Melalui Pelatihan Akses Dan Literasi Keuangan Bagi Pelaku Umkm Bengkulu Utara." *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS* 2.6 (2024): 1676-1684.