



---

**PENYULUHAN DIGITAL MARKETING USAHA RANDANG JAMUR TIRAM UP3HP TOGAK BASAMO DI LINGKUNGAN PAYOLINYAM KEL. TIGO KOTO DI BARUAH KEC. PAYAKUMBUH UTARA KOTA PAYAKUMBUH SUMATERA BARAT**

Oleh

Muhammad Nazif<sup>1</sup>, Eka Hendrayani<sup>2</sup>, Eka Risma Putri<sup>3</sup>, Asnah<sup>4</sup>, Eka Febrianti<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi

Email: <sup>1</sup>[nazifib@gmail.com](mailto:nazifib@gmail.com), <sup>2</sup>[een010579@gmail.com](mailto:een010579@gmail.com), <sup>3</sup>[risma98putri@gmail.com](mailto:risma98putri@gmail.com),

<sup>4</sup>[asnahnas@gmail.com](mailto:asnahnas@gmail.com), <sup>5</sup>[ekafebriantisemmcrrbd@gmail.com](mailto:ekafebriantisemmcrrbd@gmail.com)

---

**Article History:**

Received: 01-05-2024

Revised: 26-05-2024

Accepted: 02-06-2024

**Keywords:**

Digital Marketing,  
Content, Instagram,  
Randang Jamur Tiram

**Abstract:** Penggunaan *Marketing Digital* dalam memasarkan produk sudah menjadi hal wajib bagi setiap pengusaha. Diperlukan penerapan digital marketing untuk para wirausaha terutama bagi UP3HP TOGAK BASAMO agar bisa menciptakan produk yang lebih berkualitas sesuai keinginan dan permintaan konsumen tetapi tidak melupakan ciri khas produk UP3HP TOGAK BASAMO. Mengingat pentingnya digital marketing terhadap wirausaha maka perlu upaya pendampingan untuk bisa bertahan dan bersaing dengan IKM makanan lain dalam memasarkan produknya. Dalam mencari alternatif pemecahan masalah ini, maka diadakan penyuluhandigital marketing dan pelatihatentang promosi secara digital dengan pembuatan Konten Niaga untuk promosi wirausaha secara online dengan menggunakan media social. Tujuannya untuk melatih anggota kelompok UKM agar bisa mempromosikan produknya secara online kepada konsumen. Kemudian agar brand (merek) produk IKM bisa dikenal dan agar konsumennya tetap loyal membeli produk tersebut. Karena itulah diharapkan anggota IKM yang mengikuti program pengabdian tidak merasa terbebani. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan adalah: 1) Penyampaian materi : berupa penyampaian materi tentang digital marketing dan cara pembuatan konten untuk promosi dengan menggunakan aplikasi handphone, terdiri dari memakai bahasa persuasif, maksudnya adalah suatu tulisan di dalam konten tersebut bertujuan untuk memengaruhi pembacasupaya mau melakukan hal seperti yang dimuat di dalam konten, adalah membeli produk yang ditawarkan di dalam konten, yaitu bentuk informasi atau penjelasan yang disampaikan kepada peserta penyuluhan tentang pembuatan Konten promosi online dengan menggunakan media sosial, 2) Praktek langsung pembuatan Konten untuk UP3HP Togak Basamo yaitu konten Randang Jamur Tiram. 3) Media penyuluhan : terdiri dari laptop, handphone, gambar atau slide,yaitu produk Randang Jamur



*Tiram , 4) Posttest: berupa pertanyaan yang diberikan setelah kegiatan penyuluhan selesai. Ini dimaksudkan agar mitra benar-benar merasakan manfaat dari kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini, dan dapat merasakan bahwa kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini bersifat insidental saja, kapanpun mereka perlu bantuan pengetahuan, maka pengusul akan menanggapi*

## PENDAHULUAN

*Digital marketing* merupakan kegiatan promosi yang berguna untuk memetakan pasar secara digital dengan memanfaatkan jejaring sosial. Konsep pemasaran secara digital dapat menghubungkan orang-orang yang terpisah secara geografis dengan sebuah perangkat teknologi. *Digital marketing* merupakan konsep pemasaran interaktif terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, konsumen, dan pasar. Ketika pasar secara luas tidak mampu dijangkau dengan mudah oleh produsen, maka strategi dengan memanfaatkan teknologi akan memudahkan meraih pasar yang dimaksudkan. Dengan adanya digitalisasi yang dapat dimanfaatkan secara baik oleh masyarakat, maka pergerakan bisnis akan dapat berjalan dengan maksimal. Masing-masing pegiat IKM diwajibkan memiliki identitas dan ciri khusus yang akan membedakan dengan produsen atau kompetitor IKM lainnya. Identitas dapat digambarkan sebagai konsep yang akan memberikan deskripsi tentang individu atau kelompok yang ada (Saudah & Adi, 2018).

Upaya peningkatan pemasaran produk dengan menambah variasi rasa dan bentuk kemasan produk, terlebih pada peningkatan kreatifitas pelaku usaha UP3HP Togak Basamo dalam memasarkan produknya. Produk yang dihasilkan oleh UP3HP Togak Basamo adalah produk yang berbahan dasar jamur tiram, dengan 12 jenis produk olahan seperti : Nugget Jamur, Martabak Jamur, Pataya Jamur, Cah Jamur, Siomay Jamur, dimsum Jamur, Nasi Bakar jamur, nasi goreng jamur, pepes jamur, Jamur krispy, Jamur Kentucky, dan yang menjadi andalan produk adalah Randang Jamur. Randang jamur ini memiliki 2 varian yaitu rasa original dan rasa gurih. Hal ini sengaja dibuat untuk menarik minat dan membuat randang jamur dengan rasa yang berbeda bagi penikmat randang jamur yang berbeda pula. Tujuan membuat produk yang beragam adalah untuk menyentuh pasar sasaran yang berbeda dan juga sebagai media informasi kepada masyarakat luas bahwa dengan berbahan dasar jamur maka akan dapat diolah beberpa amakanan yang bergizi dan memiliki cita rasa yang kuat.

UP3HP Togak Basamo menyadari pentingnya media digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan persaingan. Keinginan ini dapat tercapai dengan memanfaatkan *digital marketing* karena sistem pemasaran yang diterapkan saat ini belum mampu menjangkau seluruh segmen masyarakat khususnya untuk daerah Payakumbuh dan sekitarnya dan target berikutnya adalah daerah penjualan Sumatera Barat secara keseluruhan dan Provinsi tetangga yang terdekat seperti Riau dan Jambi dan Bengkulu. Masalah yang dihadapi oleh UP3HP Togak Basamo ini adalah lemahnya *pemasaran digital* untuk peningkatan penjualan produk, terutama dalam penyajian produk yang masih sederhana, masih belum memahami bagaimana cara mempromosikan produknya dengan konten *digital marketing* baik itu media instagram, Tiktok dan media lainnya. Dari sisi produk yang diproduksi, rasa yang ditawarkan sudah cukup beragam, proses pembuatan yang higienis, kemasan yang sudah bagus dan menarik, sudah memiliki label Halal namun tetap terkendala dalam hal



pengenalandan pemasaran produk kepada pasar sasaran yang lebih luas.



**Gambar 1. Struktur Organisasi UP3HP Togak Basamo dan Agenda Kegiatan Payopali**

Dari pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan praktek langsung kepada masyarakat ini, diperoleh wawasan bahwa sesungguhnya para pelaku IKM tertarik untuk menggunakan *digital marketing* dan juga memanfaatkan media sosial secara optimal, namun mereka menghadapi beberapa kendala (Djamaludin et al, 2016). Permasalahan yang dihadapi kurangnya pengetahuan tentang *digital marketing*. Diketahui bahwa UP3HP Togak Basamo mempunyai 12 KWT yang dikelola yang bergerak dibidang yang sama yaitu mulai dari proses dari hilir sampai hulu, Seperti KWT Rosela dan KWT Cempaka yang merupakan bagian dari UP3HP Togak Basamo merupakan KWT penghasil jamur yang memiliki potensi yang bagus karena letaknya dekat dengan pusat keramaian serta padat penduduk, selain sentra produksi jamur terbesar yang juga menjual jamur mentah kepada konsumen yang berada didalam Kota Payakumbuh. Dengan demikian, akses pemasaran akan menjadi lebih mudah. Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui terdapat beberapa masalah umum yang dihadapi oleh UP3HP Togak Basamo yaitu: permasalahan pemasaran produk, pelaku usaha merasa sulit untuk memasarkan dan mengembangkan usaha yang ditekuninya karena masih menggunakan media pemasaran tradisional yaitu melalui pasar dan pemasaran dari mulut kemulut yang dirasa tidak begitu efektif dan tidak dapat meningkatkan jumlah penjualan dan peningkatan pangsa pasar secara signifikan. Para pelaku UP3HP Togak Basamo dihadapkan pada perubahan lingkungan yaitu di era digital. Terdapat beberapa hambatan karena keterbatasan ilmu dan keterampilan dalam menggunakan teknologi dan mengelola bisnis online (Yunarso, 2021). Seperti kurangnya pengetahuan tentang pembuatan media promosi dengan menggunakan teknologi digital, tidak adanya tenaga muda yang terlati yang bisa menjadi admin pada UP3HP Togak Basamo. Salah satu cara yang diharapkan oleh pelaku usaha UP3HP Togak Basamo adalah dengan membuat konten yang nantinya akan membantu dan berdampak pada peningkatan penjualan dan perluasan pangsa pasar. Content adalah apa yang harus disampaikan, bisa saja melalui: teks, gambar, suara, video, kata-kata yang diucapkan, matematika, bahasa simbol, kode Morse, musik, bahasa tubuh, dan sebagainya (Irianti, et al 2021). Dalam hal ini pembuatan konten merupakan langkah utama strategi digital marketing untuk UP3HP Togak Basamo. Untuk menjual produk usaha atau IKM dalam mengejar atau memenuhi target penjualannya dan memperluas pangsa pasar.



Pada dasarnya, kegiatan penyuluhan merupakan pengenalan hal-hal baru kepada masyarakat agar diikuti dan dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat tersebut agar dapat memberikan pengalaman baru dan memberikan nilai tambah dan berdampak positif terhadap peningkatan pangsa pasar. Juga harus diperhatikan bagaimana sasaran penyuluhan dapat memahami, mengerti, dan mengikuti isi penyuluhan dengan baik dan benar, serta bagaimana mereka ingin menerapkan ide atau gagasan baru dalam kehidupannya. Maka dari itu, sebuah penyuluhan memerlukan perencanaan yang matang, terarah, dan berkesinambungan. Menimbang hal tersebut, penyuluhan dan pelatihan ini dilakukan secara edukatif yang mana rangkaian kegiatan dilakukan secara sistematis, terencana dan juga terarah dengan keikutsertaan semua individu kelompok UP3HP Togak Basamo untuk mengatasi hambatan dalam usahanya tersebut. Dari segi teknik, bahasa, dan sarana yang digunakan harus disesuaikan dengan daya nalar individu kelompok usaha UP3HP Togak Basamo sebagai peserta penyuluhan, yang jika dilihat dari segi pendidikan dan pola pikirnya butuh teknik komunikasi yang dapat menarik perhatian masyarakat atau individu kelompok usaha UP3HP Togak Basamo tersebut agar penyuluhan *digital marketing* yang dilaksanakan bisa menambah pengetahuan tentang bagaimana proses pembuatan media Promosi digital dengan media social yaitu membuat video profil usaha (konten Niaga).

Untuk mengatasi sejumlah permasalahan yang dihadapi kelompok ini dibutuhkan solusi dengan strategi digital marketing secara digital dapat meningkatkan kreatifitas untuk pelaku usaha dari kelompok mitra dalam mempersiapkan diri menuju usaha marketing digital bagi Permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Randang Jamur Tiram UP3HP Togak Basamo Di Lingkungan Payolinyam Kel. Tigo Koto Di Baruah Kec. Payakumbuh Utara Kota Payakumbuh maka perlu dilakukan:

- a. Pelatihan Dasar Digital Marketing : Pelatihan ini akan memberikan pemahaman dasar tentang apa itu digital marketing, mengapa penting, dan bagaimana bisnis dapat memanfaatkannya untuk mencapaitarget audiens yang lebih luas. Manfaatnya : Peserta akan belajar konsep-konsep dasar seperti SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), SMM (Social Media Marketing), dan analitik dasar. Mereka akan memahami bagaimana membangun kehadiran online yang kuat dan mengarahkan lalu lintas ke platform digital mereka.
- b. Pemanfaatan Media Sosial : Tutorial tentang bagaimana menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk pemasaran produk. Manfaat: Peserta akan belajar cara membuat akun bisnis, mengembangkan strategi konten, dan menggunakan fitur-fitur platform untuk mempromosikan produk. Ini termasuk penargetan audiens, pembuatan iklan, dan pengelolaan interaksi dengan pelanggan.
- c. Fotografi dan Videografi Produk : Workshop praktis tentang cara mengambil foto dan video produk yang menarik dan profesional. Manfaat: Foto dan video berkualitas tinggi sangat penting untuk pemasaran online. Peserta akan mempelajari teknik pencahayaan, komposisi, dan editing dasar untuk membuat visual produk yang memikat.
- d. Pembuatan Konten Berkualitas : Mengajarkan teknik pembuatan konten yang menarik dan relevan, termasuk penulisan caption yang menarik dan penggunaan hashtag yang efektif. Manfaat: Konten berkualitas tinggi akan menarik lebih banyak pengikut dan meningkatkan engagement. Peserta akan belajar cara membuat postingan yang menarik dan relevan yang dapat meningkatkan minat dan



- kepercayaan pelanggan.
- e. Strategi Pemasaran Konten : Membantu menyusun strategi pemasaran konten yang tepat, termasuk penjadwalan posting, interaksi dengan pelanggan, dan analisis performa konten. Manfaat: Dengan strategi yang baik, konten dapat dipublikasikan pada waktu yang tepat untuk mencapai audiens yang lebih luas. Ini juga mencakup pelatihan tentang analisis performa untuk mengidentifikasi konten yang paling efektif.
  - f. Penggunaan Instagram: Membantu usaha dalam mendaftar dan menggunakan instagram. Manfaat: Platform instagram memungkinkan usaha untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Peserta akan belajar cara mengatur toko online, mengelola inventaris, dan memproses pesanan.

## METODE

Metode kegiatan yang akan dilakukan demi tercapainya tujuan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

1. Penyampaian materi : berupa penyampaian materi tentang digital marketing secara digital untuk memasarkan produk Usaha Randang Jamur Tiram UP3HP Togak Basamoserta pembuatan konten sebagai media promosi untuk *media social (market place)*, terdiri dari pesan (verbal dan nonverbal), yaitu bentuk informasi atau penjelasan yang disampaikan kepada peserta penyuluhan tentang pembuatan konten sebagai media promosi untuk online.
2. Praktek langsung pembuatan video konten dengan menggunakan *handphone*.



**Gambar 2. Tahap penjelasan dan Persiapan Pembuatan video Profil (Konten Niaga) Usaha UP3HP Togak Basamo**

Gambar 2 menunjukkan proses kegiatan pelatihan digital marketing sedang berlangsung. Materi digital marketing yang disampaikan pemateri pertama, dan pelatihan aplikasi penggunaan *instagram* dipandu oleh pemateri kedua dan ketiga. Materi *digital marketing* yang disampaikan meliputi pengertian, manfaat, dan pengembangan pemasaran



berbasis digital. Sedangkan untuk materi aplikasi penggunaan *instagram*, dengan memberikan contoh penggunaan aplikasi *instagram* untuk mempromosikan dan menjual produk. Pemateri kedua dan ketiga membagi peserta menjadi 2 kelompok untuk didampingi pelatihan mendaftarkan dan membuat akun *instagram* hingga cara mengupload produk yang dijual, mencantumkan harga produk, mencatat detail produk, dan lain-lain sebagainya. Pemateri keempat dan kelima memberikan instruksi untuk persiapan proses awal pembuatan profil niaga, dan juga memberikan arahan proses membuat video untuk dimasukkan ke konten *instagram* profil niaga UP3HP Togak basamo. Mulai dari pembersihan bahan baku jamur, penimbangan bahan baku jamur, pemotongan atau penyuiran jamur menjadi ukuran yang lebih kecil lagi, persiapan untuk bumbu2 yang lainnya.

3. Media penyuluhan : terdiri dari: laptop, handphone, foto, alamat, gambar atau *slide*, yaitu media pembuatan konten dengan handphone.
4. Posttest: berupa kuesioner yang diberikan setelah kegiatan penyuluhan selesai.

**Tabel 1. Kegiatan materi dan waktu yang disampaikan selama pelatihan**

No	Kegiatan dan Jenis Materi yang diberikan	Jam/menit
1	- Ceramah dari pemateri tentang motivasi	1
2	- Ceramah dan diskusi Penerapan digital marketing untuk pelaku usaha.	1
3	- Ceramah dan diskusi tentang pelatihan pembuatan promosi untuk media social yaitu membuat konten dengan menggunakan handphone.	30
	- Praktek dan teknik cara mendownload aplikasi <i>instagram</i> dengan menggunakan handphone	30

## HASIL

Setelah pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada UP3HP Togak Basamo, pada tanggal 24 Mei 2024 yang ada di Lingkungan Payolinyam Kel. Tigo Koto Di Baruah Kec. Payakumbuh Utara Kota Payakumbuh. Mitra pengabdian masyarakat ini adalah peserta kelompok UP3HP Togak Basamo Payopali selama satu hari setara dengan waktu efektif 3 jam. Dapat dinyatakan bahwa kegiatan pengabdian ini berjalan dengan baik, lancar, dan sesuai dengan target yang sudah direncanakan sebelumnya. Hal ini dibuktikan oleh data yang diperoleh dari setiap peserta yang didokumentasikan ke dalam dokumen seperti: catatan harian dan foto kegiatan.



**Gambar 3. Anggota UP3HP Togak Basamo beserta Tim Pengabmas**



**Gambar 4. Pembuatan video profil perusahaan dengan memperlihatkan proses pembuatan Rendang Jamur**

Gambar 4 menjelaskan tentang proses pembuatan rendang jamur sampai dengan menjadi rendang jamur yang siap dikemas dan disajikan kepada konsumen dengan menggunakan cara tradisional proses pembuatan rendang yaitu dengan menggunakan tungku yang berbahan bakar kayu.



**Gambar 5. Pembuatan konten yang dibantu dengan konten kreator untuk pengenalan video produk**



Pembuatan untuk Fotografi dan Videografi Produk Workshop praktis tentang cara mengambil foto dan video produk yang menarik dan profesional. Manfaat Foto dan video berkualitas tinggi sangat penting untuk pemasaran online. Peserta akan mempelajari teknik pencahayaan, komposisi, dan editing dasar untuk membuat visual produk yang memikat.

1. Sesi Pengantar Teori Fotografi dan Videografi:
  - a. Pengenalan dasar-dasar fotografi dan videografi (komposisi, pencahayaan, fokus, dan sudut pandang). Dan Pentingnya visual produk yang menarik dalam pemasaran online.
  - b. Kegiatan yang dilakukan Presentasi dengan contoh-contoh visual dari foto dan video produk yang efektif.
  - c. Diskusi tentang peralatan yang diperlukan (kamera, smartpone, tripod, lampu, dll.).
2. Praktik Pengambilan Foto Produk:
  - a. Teknik pencahayaan untuk menghasilkan foto yang jelas dan menarik. Dan Penggunaan *background* dan props untuk memperindah tampilan produk.
  - b. Kegiatan: Sesi praktek langsung mengambil foto produk dengan berbagai pencahayaan (natural dan buatan). Simulasi pengambilan foto produk dari berbagai sudut untuk menemukan angle terbaik.
3. Praktik Pengambilan Video Produk:
  - a. Materi yang dihasilkan adalah teknik dasar perekaman video (stabilitas, pencahayaan, dan audio). Dan Ide pembuatan konten video untuk pemasaran (*unboxing*, tutorial, testimoni pelanggan).
  - b. Kegiatan: Sesi praktek langsung merekam video produk dengan berbagai teknik (*panning*, *close-up*, *time-lapse*) dan Pembuatan skrip sederhana untuk videopemasaran, pengetahuan praktis dan teknis untuk menghasilkan foto dan video produk yang berkualitas tinggi, yang dapat meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas pemasaran produk mereka.



**Gambar 6. Hasil pembuatan Profil usaha dengan menggunakan media Instagram**

## KESIMPULAN

Hasil Simulasi Pembuatan Konten untuk Media Sosial, pembuatan konten foto dan video yang menarik untuk media sosial dan penggunaan caption dan hashtag yang efektif. Kegiatan yang dilakukan yaitu Praktik membuat konten foto dan video yang siap diunggah



kemedia sosial dan sesi foto dan video bersama untuk konten kolaboratif. Dengan hasil ini diharapkan diharapkan peserta dapat mengimplementasikan strategi digital marketing secara efektif dan meningkatkan penjualan produk mereka. peserta akan mendapatkan

#### PENGAKUAN/ ACKNOWLEDGEMENTS

Pada kesempatan ini tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi yang telah memberikan dukungan finansial pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Tim penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pemilik usaha Randang Jamur Tiram UP3HP Togak Basamo Di Lingkungan Payolinyam Kel. Tigo Koto Di Baruah Kec. Payakumbuh Utara Kota Payakumbuh Sumatera Barat atas bantuannya selama persiapan dan pelaksanaan penyuluhan digital marketing ini dilakukan.

#### DAFTAR REFERENSI

- [1] Djamaludin, D., Anwar, A., & Rukmana, O. (2016). Peningkatan kemampuan usaha kecil dan menengah di Wilayah Bandung Raya dalam pemanfaatan internet sebagai sarana pemasaran dan perluasan jangkauan pasar. *Ethos: Jurnal Penelitian dan Pengabdian*, 4(1), 125-130. <https://doi.org/10.29313/ethos.v0i0.1682>
- [2] Irianti, N. P., Susanti, R. D. A., Triswidrananta, O. D., & Wijaya, E. M. S. (2021). Peningkatan omset penjualan kelompok pengrajin keset melalui online marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(1), 52-60. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i1.4819>
- [3] Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- [4] Malangkab. (2021). Desa Gedangan. *Malangkab*. Retrieved from: <http://gedangan.malangkab.go.id/> (Diakses pada 18 Januari 2021).
- [5] Mustika, M. (2019). Penerapan teknologi digital marketing untuk meningkatkan strategi pemasaran snack tiwul. *Journal Scientific and Applied Informatics*, 2(2), 165-171. <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>
- [6] Rizky, N., & Setiawati, S. D. (2020). Penggunaan media sosial Instagram Haloa Cafe sebagai komunikasi pemasaran online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177-190. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.177-190>
- [7] Saudah, S., & Adi, D. S. (2018). Keseimbangan komunikasi dalam penguatan identitas komunitas kreatif telematika Kota Malang. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 143-154. <https://doi.org/10.32528/mdk.v1i2.1574>
- [8] Setiyaningsih, L. A., & Fahmi, M. H. (2020). Penguatan community development petani nanas Desa Palaan melalui digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(2), 145-151. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i2.4361>
- [9] Setiyorini, E. S., Noorachmat, B. P., & Syamsun, M. (2018). Strategi pemasaran produk olahan hasil perikanan pada UMKM Cindy Group. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 19-28. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.1.19-28>



- [10] Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran: Promosi Iklan Media Sosial Kompetitif Market (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi.