

e-ISSN3025-8030 : p-ISSN3025-6267



Vol. 2, No. 1, Tahun 2024

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

AMPOEN

Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat



Diterbitkan oleh:
Universitas Serambi Mekkah - Banda Aceh

JURNAL AMPOEN

Vol. 2, No. 1, Tahun 2024

Halaman: 28-33

PENYULUHAN PEMASARAN ONLINE PRODUK BARU PADA KELOMPOK KARANG TARUNA RW. 01 DAN RW. 02 KELURAHAN CIPINANG BESAR UTARA

Ria Susanti Johan¹, Agus Supandi², Tony Margiyanto Adi³, Rita Ningsih⁴

^{1,3})Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta

^{2,4}) Program Studi Pendidikan Matematika, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta

Artikel di Jurnal AMPOEN

Tersedia di : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/ampoen>

DOI : <https://doi.org/10.32672/ampoen.v2i1.1512>

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini

APA : Susanti Johan, R., Supandi, A., Adi, T. M., & Ningsih, R. (2024). PENYULUHAN PEMASARAN ONLINE PRODUK BARU PADA KELOMPOK KARANG TARUNA RW 01 DAN RW. 02 KELURAHAN CIPINANG BESAR UTARA. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 28–33. <https://doi.org/10.32672/ampoen.v2i1.1512>

Lainnya Kunjungi : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/ampoen>

Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (**Jurnal AMPOEN**): *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* dengan Visi “Berdaya melalui Abdi, Merdeka dalam Publikasi” sebagai platform bagi para pengabdi, peneliti, praktisi, dan akademisi untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan hasil layanan yang berkontribusi terhadap pengembangan masyarakat di Indonesia. Berisi hasil-hasil kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat berupa penerapan berbagai bidang ilmu diantaranya pendidikan, ekonomi, agama, teknik, teknologi, pertanian, sosial humaniora, komputer, kesehatan dan lain sebagainya.

Semua artikel yang diterbitkan dalam jurnal ini dilindungi oleh hak cipta dan dilisensikan di bawah Lisensi Creative Commons 4.0 International License (**CC-BY-SA**) atau lisensi yang setara sebagai lisensi optimal untuk publikasi, distribusi, penggunaan, dan penggunaan ulang karya ilmiah.





PENYULUHAN

PEMASARAN ONLINE PRODUK BARU PADA KELOMPOK KARANG TARUNA RW. 01 DAN RW. 02 KELURAHAN CIPINANG BESAR UTARA

Ria Susanti Johan¹, Agus
Supandi², Tony Margiyanto
Adi³, Rita Ningsih⁴

^{1,3})Program Studi Pendidikan
Ekonomi, Universitas Indraprasta
PGRI, Jakarta

^{2,4}) Program Studi Pendidikan
Matematika, Universitas
Indraprasta PGRI, Jakarta

***Korespodensi:**

Email : ria.johan7@gmail.com

Riwayat Artikel

Penyerahan : 23/04/2024
Diterima : 24/04/2024
Diterbitkan : 26/04/2024

Abstrak

Penyuluhan pemasaran online produk baru kepada kelompok karang taruna Rw 01 dan Rw. 02 di Kelurahan Cipinang Besar Utara merupakan upaya untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota karang taruna dalam memanfaatkan potensi pemasaran online untuk mengembangkan bisnis lokal. Melalui penyuluhan ini, peserta diberikan penjelasan mengenai berbagai media online dan sosial media yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran, serta bagaimana memulai usaha agar produk yang dipasarkan dapat meraih banyak minat konsumen. Metode pendekatan yang digunakan meliputi penjelasan konsep, demonstrasi praktis, diskusi, dan sesi praktek. Hasil yang diharapkan termasuk peningkatan pengetahuan, keterampilan, kepercayaan diri, dan dampak positif pada bisnis lokal. Kesimpulannya, penyuluhan ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota karang taruna dan mendorong pertumbuhan bisnis lokal melalui pemanfaatan strategi pemasaran online yang efektif.

Kata Kunci: Penyuluhan; Pemasaran Online; Produk Baru; Karang Taruna

Abstract

Online marketing outreach for new products to youth groups Rw 01 and Rw. 02 in Cipinang Besar Utara Subdistrict is an effort to increase the understanding and skills of youth organization members in utilizing the potential of online marketing to develop local businesses. Through this counseling, participants are given an explanation of various online media and social media that can be used as marketing tools, as well as how to start a business so that the products being marketed can attract a lot of consumer interest. The approach used includes concept explanations, practical demonstrations, discussions and practical sessions. Expected outcomes include increased knowledge, skills, confidence and positive impact on local businesses. In conclusion, this outreach contributes to improving the economic welfare of Karang Taruna members and encouraging local business growth through the use of effective online marketing strategies.

Keywords: Counseling; Online Marketing; New Products; Youth Organizations



PENDAHULUAN

Pemasaran online telah menjadi strategi vital dalam mengembangkan dan mempromosikan produk atau layanan, terutama dalam era digital yang terus berkembang. Bisnis lokal, termasuk kelompok-kelompok seperti karang taruna, memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk melalui platform online. Strategi pemasaran online yang efektif meliputi riset pasar, penentuan sistem dan strategi, pembuatan konten kreatif, pemanfaatan platform online, iklan berbayar, digital marketing, iklan dengan influencer, dan affiliate marketing (ciputra.ac.id, 2024). Dengan memahami dan menerapkan strategi pemasaran online yang tepat, bisnis lokal dapat memanfaatkan potensi digitalisasi untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan keberhasilan bisnis mereka.

Kelompok karang taruna Rw 01 dan Rw 02 di Kelurahan Cipinang Besar Utara memiliki peran yang signifikan dalam memajukan kegiatan sosial, ekonomi, dan budaya di lingkungan mereka. Dalam upaya memperkuat peran ini, menggunakan teknologi modern seperti pemasaran online adalah penting. Pemasaran online dapat membantu mengembangkan usaha kerajinan dan mempercepat penjualan produk.

Contoh dari penggunaan teknologi pemasaran online dapat dilihat di Desa Gundik, di mana komunitas karang taruna menggunakan media sosial untuk mempromosikan kerajinan anyaman. Dari hasil observasi, penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat membantu meningkatkan pemasaran produk, yang kemudian dapat membantu mengembangkan usaha kerajinan anyaman (Hofifah & Yunita, 2022).

Pada tahun 2023, Rencana Kegiatan Kelurahan Tembalang menyediakan program pemberdayaan masyarakat desa dan kelurahan, yang antara lain mencakup pembangunan sarana dan prasarana kelurahan, yang dapat menjadi fasilitas untuk mengembangkan usaha online (Tembalang, 2024). Strategi pemasaran digital juga diterapkan oleh UMKM seperti Mitra Baru Food, yang

melakukan pemasaran produk melalui media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, dan TikTok (Mustika et al., 2023). Dalam upaya memperkuat peran karang taruna, menggunakan teknologi pemasaran online dapat membantu mereka mencapai lebih luas dan mempercepat pemasaran produk, yang kemudian dapat membantu memajukan kegiatan sosial, ekonomi, dan budaya di lingkungan mereka.

Dalam penyuluhan ini, kami akan membahas strategi pemasaran online untuk memperkenalkan produk baru kepada masyarakat. Penyuluhan ini akan memberikan pemahaman mendalam tentang berbagai platform dan teknik pemasaran online yang dapat digunakan untuk mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan. Berikut adalah beberapa informasi yang dapat bermanfaat dalam pembuatan strategi pemasaran online:

1. *Digital Marketing*, Penyuluhan akan mengulas tentang Digital Marketing, yang merupakan strategi pemasaran yang menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau audiens yang lebih luas. Ini termasuk pemasaran melalui media sosial, situs web, dan marketplace online (Sari et al., 2021).
2. *Pemasaran Online UMKM*, Pemasaran online adalah strategi yang efektif dan ampuh untuk mengikuti perkembangan teknologi dan membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengembangkan rencana untuk menarik konsumen (Sitorus, 2022)
3. *Platform Pemasaran Online*, Penyuluhan akan mengulas tentang platform pemasaran online yang dapat digunakan, seperti marketplace, blogger, dan toko online. Ini sangat berpengaruh dan tergantung pada internet, dan merupakan sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan dan dijalankan (Febriani, 2021).

Melalui penyuluhan ini, diharapkan anggota karang taruna Rw 01 dan Rw. 02 akan diberdayakan dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengambil

langkah konkret dalam memasarkan produk baru mereka secara online.

Dengan demikian, mereka akan dapat meningkatkan pendapatan, memperluas jangkauan bisnis mereka, dan berkontribusi secara positif pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Kelurahan Cipinang Besar Utara.

METODE PELAKSANAAN

Dalam melaksanakan pelatihan pemasaran online produk baru untuk kelompok karang taruna Rw 01 dan Rw. 02 Kelurahan Cipinang Besar Utara, kami akan mengadopsi pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan. Berikut adalah langkah-langkah yang akan kami terapkan dalam pelaksanaan pelatihan:

1. Pendahuluan dan Pengenalan: Dengan memulai sesi dengan memberikan pengenalan tentang tujuan dan manfaat dari pelatihan ini. Kami akan menjelaskan secara singkat materi yang akan dibahas dan mengidentifikasi harapan dari peserta terhadap pelatihan.
2. Penjelasan Konsep Pemasaran Online: Kami akan memberikan penjelasan mendalam tentang konsep dasar pemasaran online, termasuk berbagai strategi, teknik, dan alat yang dapat digunakan untuk memasarkan produk secara efektif melalui internet. Kami akan memaparkan contoh-contoh nyata dan studi kasus untuk mengilustrasikan konsep-konsep tersebut.
3. Demonstrasi Praktis: Setelah pemahaman dasar terbentuk, kami akan melakukan demonstrasi praktis tentang cara menggunakan berbagai platform dan alat pemasaran online. Kami akan menunjukkan langkah-langkah praktis untuk membuat dan mengelola akun media sosial, membuat konten yang menarik, mempromosikan produk, dan menganalisis kinerja kampanye pemasaran.
4. Diskusi dan Tanya Jawab: Kami akan memberikan kesempatan kepada peserta untuk berdiskusi, bertanya, dan berbagi pengalaman mereka terkait dengan topik yang dibahas. Ini akan

menciptakan lingkungan yang interaktif dan memfasilitasi pertukaran pengetahuan antara peserta dan pembicara.

5. Sesi Praktek dan Evaluasi: Kami akan menyediakan sesi praktek di mana peserta dapat langsung mencoba menerapkan konsep-konsep yang telah dipelajari. Kami akan memberikan umpan balik dan bimbingan individual selama sesi ini. Selain itu, kami akan melakukan evaluasi untuk mengukur pemahaman dan kemajuan peserta selama pelatihan.
6. Simpulan dan Tindak Lanjut: Kami akan menyimpulkan pelatihan dengan merangkum poin-poin penting yang telah dibahas. Kami akan memberikan saran tentang langkah-langkah tindak lanjut yang dapat diambil oleh peserta untuk melanjutkan pengembangan keterampilan mereka dalam pemasaran online.

Dengan mengikuti metode pelaksanaan ini, kami bertujuan untuk memberikan pengalaman pembelajaran yang holistik dan memastikan bahwa peserta dapat mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh dalam praktek bisnis mereka sehari-hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta pelatihan, anggota karang taruna Rw 01 dan Rw. 02, berhasil meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep dasar pemasaran online, termasuk berbagai platform dan teknik yang dapat digunakan untuk memasarkan produk secara efektif melalui internet. Hal ini mencerminkan peningkatan pengetahuan mereka terhadap strategi pemasaran online yang dapat memberikan manfaat signifikan bagi perusahaan, seperti jangkauan pemasaran yang lebih luas tanpa batas geografis, kemampuan untuk menargetkan konsumen dengan lebih tepat, dan meminimalkan upaya iklan yang tidak efektif (Alam et al., 2022).

Penguasaan Penggunaan Media Online dan Sosial Media: Peserta dapat mengidentifikasi berbagai jenis media online dan platform media sosial yang dapat digunakan untuk pemasaran. Mereka mampu memahami cara menggunakan

alat-alat ini secara efektif untuk mencapai target pasar dan mempromosikan produk mereka. Media online adalah berbagai macam media yang dapat diakses melalui internet, seperti situs web, blog, dan email marketing. Media online dapat membantu mencapai target pasar yang lebih luas dan efektif, karena dapat mencapai pelanggan yang berada di berbagai tempat dan waktu.

Social media adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat personal dan berinteraksi dengan orang lain dan masyarakat umum. Platform social media yang dapat digunakan untuk pemasaran antara lain Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, dan YouTube (Watajdid et al., 2021).

Untuk menggunakan alat-alat ini secara efektif, peserta harus memahami cara menggunakan mereka dan menyesuaikan konten dan strategi pemasaran sesuai dengan target pasar dan karakteristik pelanggan.

Peningkatan Keterampilan Memulai Usaha: Peserta dapat menerapkan langkah-langkah praktis untuk memulai usaha pemasaran online. Mereka mampu mengembangkan strategi untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk mereka, termasuk identifikasi target pasar, pembuatan konten yang menarik, dan teknik promosi.

Peningkatan Kepercayaan Diri: Melalui sesi praktek dan bimbingan individu, peserta dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menerapkan strategi pemasaran online. Mereka merasa lebih siap dan percaya diri untuk mengambil langkah-langkah dalam memasarkan produk mereka secara online.

Peningkatan kepercayaan diri dapat mempengaruhi peningkatan keterampilan dalam memulai usaha pemasaran online. Jika peserta merasa lebih siap dan percaya diri, mereka akan lebih mudah menerapkan strategi pemasaran online dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk mereka.

Hasil evaluasi setelah mengadakan kegiatan penyuluhan online marketing produk baru pada

kelompok Karang Taruna, tim melihat bahwa animo para remaja Karang Taruna sangatlah antusias. Hal ini dibuktikan dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada tutor sangatlah beragam dan sangat berkaitan erat dengan semangat berbisnis dan berinvestasi. Selain itu, dengan diberikannya contoh penerapan yang dimulai dengan menuangkan ide kreatif dari masing-masing individu juga memudahkan masing-masing individu untuk berkreasi dan menciptakan hasil yang memuaskan.

Teori-teori dan praktik yang telah diberikan oleh tutor, diharapkan dapat memberi motivasi bagi para remaja Karang Taruna untuk kedepannya merubah pola pikir mereka bahwa untuk memiliki usaha tidak harus memiliki modal yang cukup. Selain itu untuk membuat suatu produk tidak harus menunggu ide yang cemerlang, akan tetapi ide tersebut bisa muncul dari hal kecil disekitar seperti dari hobi yang dimiliki.

Adapun salah satu hasil luaran dari penyuluhan dan pelatihan ini adalah mereka mulai sadar akan pentingnya berbisnis dan berinvestasi sedini mungkin, dan juga bisa membuat mereka lebih mandiri lagi. Para remaja juga meminta kepada tim untuk diadakan kembali acara serupa di lingkungan sekitar mereka.

KESIMPULAN

Penyuluhan pemasaran online produk baru kepada kelompok karang taruna Rw 01 dan Rw. 02 di Kelurahan Cipinang Besar Utara adalah langkah yang strategis dalam mengembangkan potensi bisnis lokal. Berdasarkan pelaksanaan penyuluhan dan hasil yang dicapai, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Peserta penyuluhan berhasil meningkatkan pemahaman mereka tentang pemasaran online, termasuk penggunaan media online dan sosial media sebagai alat pemasaran. Mereka juga memperoleh keterampilan praktis untuk memulai usaha dan meningkatkan minat konsumen terhadap produk.
2. Peserta menyadari pentingnya pemasaran online dalam mengembangkan bisnis mereka dan

merasa lebih percaya diri dalam menerapkan strategi pemasaran online yang telah dipelajari.

3. Dengan penerapan strategi pemasaran online, diharapkan akan terjadi peningkatan penjualan produk dan kesadaran merek, yang pada gilirannya akan memberikan dampak positif pada pertumbuhan bisnis lokal dan kesejahteraan anggota karang taruna.
4. Langkah selanjutnya adalah melakukan tindak lanjut terhadap implementasi strategi pemasaran online oleh peserta. Diperlukan juga pengembangan program pelatihan lanjutan atau pendukung lainnya guna memastikan keberlanjutan peningkatan keterampilan dan keberhasilan bisnis mereka.

Dengan demikian, penyuluhan ini berhasil memberikan kontribusi dalam pemberdayaan ekonomi lokal dan meningkatkan potensi bisnis anggota karang taruna di Kelurahan Cipinang Besar Utara melalui pemanfaatan pemasaran online yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, R. S., Hamid, R. S., & Sapar, S. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 56–68.
- Arip, Y., Rizki Listyono Putro, & Eka Destriyanto P. Ayuningtyas. (2024). PELATIHAN BRANDING DAN PACKING DI SMK PEMKAB PONOROGO. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 67–72. <https://doi.org/10.32672/ampoenv1i3.824>
- Bohan, D., Febby Haryanti, Kurnia Allya Suci, Okky Maulana Chandra, Widya Ayu Lestari, Abraham Batubara, Yohana, S.E., M.Si, C.A.P, & Temmy Setiawan, S.E., M.Si. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Membuat Healthy Food dan Edukasi Digital Marketing untuk Masyarakat Kp. Pramita – Tangerang. *Indonesia Bergerak: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 134–138.
- <https://doi.org/10.35870/ibjpm.v1i2.265>
- ciputra.ac.id. (2024, April 23). *Strategi Pemasaran di Era Digital Untuk Meningkatkan Penjualan*. <https://www.ciputra.ac.id/en/strategi-pemasaran-di-era-digital-untuk-meningkatkan-penjualan/>.
- Febriani, R. (2021). Penyuluhan peran digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk umkm keripik ciping desa sukawana curug kota serang. *ABDIKARYA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 194–202.
- Hofifah, S., & Yunita, R. (2022). Pengenalan Media Pemasaran Online Bersama Pemudi Pada Usaha Anyaman Di Desa Gundik, Slahung, Ponorogo. *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 22–34.
- Julisawati, E. A., Fivtatianti Hendajani, Kokoy Rokoyah, Hurnaningsih, Agustina Nicke Kakiay, Wigiyanti, & Amelia Nugraeni. (2024). PELATIHAN BISNIS ONLINE MENGGUNAKAN MARKETPLACE TOKOPEDIA BAGI DASAWISMA RW. 11 KELURAHAN CIPINANG MELAYU . *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 96–100. <https://doi.org/10.32672/ampoenv1i3.848>
- Khatimah, H., Nur Adha, Garil Adiyat Maulana, M. Arfan Akbar, Angga Lawang Sani, Stefanus F Landi, Ayu Puryanti, Dahnia Suryana, M. Syahrul Alamsyah, Alfi Syahrul, Irma Mardian, & Muhammad Shoalihin. (2024). PENDAMPINGAN DALAM INOVASI PRODUK BOLU DARI AMPAS TAHU PADA UMKM DI KELURAHAN LEWIRATO KOTA BIMA . *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 62–66. <https://doi.org/10.32672/ampoenv1i3.825>
- Mustika, I., Nugraha, A. P., & Nabella, S. D. (2023). Pembinaan Digital Marketing sebagai Media Strategi Peningkatan Pendapatan Keripik Singkong Mitra Baru Food Kota Batam. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(1), 278–285.

- Raihan Nabila, & Kausar. (2023). PENINGKATAN PANGSA PASAR UMKM MELALUI DIGITAL MARKETING DI DESA CUGUNG PROVINSI LAMPUNG. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–4. <https://doi.org/10.32672/ampoen.v1i1.557>
- Sari, D., Azriya, N., Anum, A., & Devi, H. (2021). Penyuluhan Digital Marketing untuk Usaha Rumahan di Kelurahan Tanjung Baru Kec. Kedamaian. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 2(02), 88–93.
- Sitorus, G. (2022). Penyuluhan Pemasaran Online Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di lingkungan RT009/01, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. *JURNAL SINERGI*, 4(02), 45–51.
- Tembalang. (2024, April 22). PROGRAM DAN KEGIATAN RECANA KEGIATAN KELURAHAN TAHUN ANGGARAN 2023 (MENYESUAIKAN DPA KELURAHAN). <https://Tembalang.Semarangkota.Go.Id/En/Rencanakegiatankelurahantahun2023>.
- Yenni Agustina, Zakaria, Muslem Daud, Anwar, A Hamid, Ratna Mutia, Rizka, Herlina, Geta Ambartiasari, Dewi Mutia, & Dedi Sufriadi. (2023). WORKSHOP KEWIRAUSAHAAN: MENUMBUHKAN JIWA ENTERPRENEURSHIP GENERASI Z DI ERA KAMPUS MERDEKA . *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 21–26. <https://doi.org/10.32672/ampoen.v1i2.588>
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 163–179.
- Zulfikar. (2023). PELATIHAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN HASIL PENJUALAN PRODUK DI KOPERASI PRODUSEN BIREUEN RAYA SEJAHTERA JEUNIEB KABUPATEN BIREUEN . *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian*

Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2), 44–49. <https://doi.org/10.32672/ampoen.v1i2.605>