

Optimalisasi Produk Unggulan Desa Berbasis Digital Didesa Suka Jaya Kabupaten Bungo

Nanik Istianingsih¹, Ariyanto M², Susriyanti³, Poiran⁴, Rianto⁵

^{1), 2), 5)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Administrasi dan Kesehatan Setih Setio Muara Bungo

³⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPI YPTK Padang

⁴⁾Fakultas Administrasi, Institut Administrasi dan Kesehatan Setih Setio Muara Bungo

Article Info

Article history

Received : Oct 11, 2025

Revised : Nov 01, 2025

Accepted : Nov 11, 2025

Abstrak

Pemberdayaan masyarakat ialah sebuah pilar untuk penguatan otonomi daerah secara efektif. Hal ini dapat dimulai sejak dini mulai lingkungan terkecil dari komunitas masyarakat yakni desa. Salah satu Klaster UMKM telah terbentuk di tahun 2022 berada di desa ini yaitu Klaster Kerupuk Bawang. Potensi kedua yang dimiliki oleh desa Suka Jaya adalah adanya kelompok penjahit. Adanya beberapa hal yang menjadi permasalahan prioritas mitra, telah memotivasi Tim untuk menemukan solusi. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk meningkatkan kemandirian masyarakat secara ekonomi atau sosial, membantu mengasah ketrampilan yang dibutuhkan (softskill dan hardskill) sehingga dapat meningkatkan produksi dan pendapatan. Teknologi dan Inovasi yang diimplementasikan pada mitra pengrajin kerupuk adalah memberikan bantuan berupa peralatan teknologi tepat guna yaitu alat pengiris, merk dan kemasan kerupuk agar lebih tahan dan estetik. Sementara itu Teknologi dan Inovasi yang diimplementasikan pada mitra penjahit adalah memberikan bantuan tempat display produk dan boneka mannequin untuk mitra, bantuan mesin neci dan dinamo mesin jahit. Tim telah membuat Web Toko Online bagi kedua mitra, sehingga dengan web ini mitra dapat memperluas jangkauan penjualan.

Abstract

Community empowerment is example of the pillars a strengthening regional autonomy specifically, and it must begin from the smallest community environment, namely the village. One of the MSME Clusters that was formed in 2022 is in this village, namely the Onion Cracker Cluster. The second potential possessed by Suka Jaya Village is the presence of a sewing group. The existence of several things that are priority problems for partners has motivated the Team to find solutions. The general objective of this activity is a increase the community's economic or social independence, helping to develop the necessary skills (soft skills and hard skills) to increase production and income. The technology and innovation implemented for the cracker craftsman partners includes providing assistance in the form of appropriate technological equipment, namely slicing tools, brands and packaging for crackers to be more durable and aesthetic. Meanwhile, the technology and innovation implemented for the sewing partners includes providing assistance with product display space and mannequins for partners, assistance with overlock machines and sewing machine dynamos. The Team has created an Online Store Website for both partners so that partners can expand their sales reach

Kata Kunci:

Digital Marketing;
Pemberdayaan;
Produk Unggulan,

Corresponding Author:

Nanik Istianingsih,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Bisnis Digital
Institut Administrasi dan Kesehatan Setih Setio Muara Bungo
Jl. Setih Setio No.05 Pasir Putih Kabupaten Bungo Jambi Indonesia 37214
nanikistianingsih1324@gmail.com

This is an open access article under the CC BY-NC license.



PENDAHULUAN

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kemandirian masyarakat, menjadikan masyarakat dapat menciptakan diri dan lingkungan sesuai potensi, kebutuhan aspirasi atau wewenang yang terdapat di lingkungan masyarakat sehingga akan dibutuhkan wujud kegiatan pemberdayaan (Istianingsih & Ariyanto, 2024). Pemberdayaan masyarakat ialah sebuah pilar untuk penguatan otonomi daerah secara efisien, serta hal tersebut wajib dilatih dari lingkungan terkecil atau kelompok masyarakat yakni desa (Hadi, 2020). Hal tersebut wajib dilengkapi oleh pemerintah atau semua mitra pemberdayaan masyarakat, khususnya perguruan tinggi (Istianingsih & Defit, 2021).

Kecamatan Muko-Muko Bathin VII ialah salah satu kecamatan di Kab. Bungo yang memiliki wilayah mencakup dari 9 dusun, 44 kampung, serta 4 RT. Sebutan dusun digunakan oleh masyarakat kabupaten Bungo yang artinya adalah desa. Sedangkan kepala desa disebut dengan Rio. Desa Suka Jaya merupakan desa dengan luas wilayah terkecil di antara desa lainnya di Kecamatan Muko-muko Bathin VII yaitu hanya memiliki luas 1,56 Km² dengan 4 kampung di dalamnya. Dahulunya desa ini masuk ke dalam wilayah Desa Mangun Jayo.

Kondisi ekonomi masyarakat Desa Suka Jaya tergolong menengah kebawah, dimana sebagian masyarakat Desa Suka Jaya mempunyai mata pencarian sebagai buruh tani karena desa ini merupakan daerah pertanian. Sebagian kecil penduduknya bermata pencarian sebagai ASN dan berdagang. Jumlah penduduk Desa Suka Jaya sebanyak 1134 yang sebagian besar tidak memiliki mata pencarian tetap. Dari sisi pendidikan, mayoritas penduduk desa ini juga memiliki pendidikan yang relative rendah dibandingkan desa-desa lain. Hal tersebut sesuai dengan temuan terdahulu yang telah dilaksanakan oleh Ketua Tim PKM (Maros et al., 2023) bahwa tingkat IKM bidang Pendidikan dan Ekonomi di daerah ini tergolong rendah.

Namun desa ini memiliki beberapa potensi yang dapat ditingkatkan sebagai potensi unggulan desa selaras dengan temuan terdahulu yang telah dilaksanakan oleh Ketua Tim (LPDP). Salah satu Klaster UMKM telah diciptakan pada tahun 2022 berada di desa ini yaitu Klaster Kerupuk Bawang (Istianingsih et al., 2022) (<https://suarabutesarko.com/berita-selengkapnyamodel-informasi-klaster-umkm-berbasis-peta-digital-guna-mendorong-kinerja-umkm-kab-bungo-mendapatkan-dana-hibah-lpdp/>). Ibu Meda atau sering dipanggil Yuk Meda adalah ketua klaster yang telah mendirikan usaha ini ditahun 2020 menjadi mitra I dalam kegiatan ini.

Permintaan akan kerupuk ini cenderung meningkat namun banyak konsumen merasa kecewa karena tampilan produk yang seadanya. Disisi lain Yuk Meda juga membatasi produksi karena kuantitas yang mampu dihasilkan sangat terbatas sekitar 25 kg sekali produksi dalam waktu lebih kurang selama 3 hari, dikarenakan alat pengiris kerupuk masih menggunakan pisau dapur biasa. Bahan baku kerupuk yang berasal dari tepung sagu juga mengalami kenaikan beberapa waktu belakangan ini. Dari sisi pemasaran Yuk Meda juga hanya mengandalkan pemasaran konvensional yang hanya dititipkan di warung-warung.

Potensi kedua yang dimiliki oleh desa Suka Jaya adalah adanya kelompok penjahit yang diketuai oleh Ibu Rina yang dijadikan sebagai mitra ke 2 kegiatan ini. Menurut Ibu Rina sebenarnya usaha menjahit ini bisa dijadikan sebagai sumber pendapatan bagi keluarga, namun perkembangan dunia digital dengan maraknya penjual pakaian jadi secara online membuat usaha ini sedikit mengalami penurunan. Meskipun demikian Ibu Rina telah memiliki langganan tetap, karena tidak semua orang cocok dengan ukuran pakaian standard yang dijual sebagai pakaian jadi. Namun jumlah pelanggan Ibu Rina hanya terbatas pada kalangan keluarga dan masyarakat sekitar Desa Suka Jaya.

Mitra dinyatakan memiliki alat jahit yang tidak memadai dalam melakukan pemenuhan berbagai pesanan jahitan dari konsumen. Selain itu, konsumen yang akan memesan jahitan dengan neci atau dengan bahan kain kaos, tetapi dikarenakan tidak adanya alat mesin neci yang dimiliki oleh kelompok penjahit di Desa Suka Jaya sehingga mitra senantiasa menolak beberapa pesanan jahitan. Selama melaksanakan bisnisnya mitra bekerja masih memakai mesin jahit manual yang tidak difasilitasi dengan dinamo sehingga mitra senantiasa mengatakan kelelahan atau lama untuk mengerjakan orderannya. Dalam satu hari mitra hanya mampu menyelesaikan 1 sampai dua stel pakaian jadi. Upah jahit yang ditarifkan oleh ibu Rina hanya sekitar Rp. 80.000 - Rp. 120.000 apabila memakai dasar furing dalam pakaian

METODE

Pelaksanaan Kegiatan PKM PMM telah dirancang efektif dalam 2 (dua) bulan yakni mulai bulan September - November 2025, disertai rincian persiapan, efektif pelaksanaan PKM PMM oleh mahasiswa bersama masyarakat melalui pendampingan oleh DPL serta pendampingan berkelanjutan oleh tim teknis yang terdapat di lapangan (teknisi, Pendamping UMKM) dan monev berkelanjutan oleh DPL terhadap output program kegiatan. Selama kegiatan pra PKM, program yang dilaksanakan ialah mahasiswa yang berkontribusi selama berkegiatan PKM-PMM melaksanakan pendekatan pada masyarakat sasaran untuk melaksanakan sosialisasi program, telaah keadaan atau profil sasaran secara tepat dan revisi program yang dapat dilakukan (apabila ditemukan hasil dilapangan yang wajib diselarasakan dengan program yang telah dirancang).

Cara yang akan dilakukan dalam memperoleh hasil yang diinginkan berdasarkan topik PKM PPM yaitu : Penempatan mahasiswa PKM PMM ,Observasi dan survey pada UMKM Mitra ,Membantu pelaksanaan program pelatihan bagi mitra,Pendampingan dan sosialisasi secara berkelanjutan, Evaluasi dan Monitoring ,Penyusunan Laporan.

Model yang disajikan dalam menangani masalah selama produksi, manajemen dan pemasaran pihak mitra ialah : (a) Mempermudah persiapan pendampingan dalam peningkatan kemampuan dan keterampilan pada tata kelola produksi, manajemen dan pemasaran, sehingga produktifitas meningkat (tugas Ketua Tim sebagai ahli bisnis yang didampingi anggota kelompok dan mahasiswa). (b) Memberikan sumbangan bantuan alat yang dapat memfasilitasi untuk meningkatkan kualitas produksi produk mitra serta meminimalisir tugas pekerjaan (mahasiswa didampingi anggota kelompok yang ahli teknologi tepat guna atau ahli bisnis). (c) Memberikan sosialisasi atau pendampingan untuk mengoptimalkan media online (*e-commerce*) selaku media penjualan serta memperbanyak pemasaran (mahasiswa didampingi anggota kelompok yang ahli bisnis *e-commerce*) (c) Memberikan motivasi serta pelatihan manajemen dan kewirausahaan pada mitra agar mitra dapat termotivasi dan mengembangkan usaha (tugas Ketua Tim selaku ahli bisnis didampingi anggota kelompok yang ahli teknologi tepat guna dan ahli bisnis dibantu mahasiswa), (d) Memberi pelatihan strategi *Branding* agar produk dapat dikenali oleh masyarakat (mahasiswa didampingi anggota kelompok yang ahli teknologi tepat guna dan ahli bisnis).

Metode yang dilakukan selama mengimplementasikan model yang disajikan ialah antara lain : (a) Penerapan teknologi tepat guna yakni mencakup alat produksi yang dibutuhkan oleh mitra. (b) Sosialisasi keterampilan usaha atau pendampingan pengoptimalan potensi usaha melalui penggunaan *digital marketing* pada aplikasi *e commerce* selaku cara dalam meningkatkan kemampuan SDM dan penghasilan mitra. (c) Pendampingan dan pembimbingan strategi *branding* agar produk lebih dikenal.

Dalam menjamin keberlanjutan dari kegiatan PKM PMM ini maka akan dibutuhkan partisipasi mitra selaku objek dan subjek pelaksana. Terdapat peran mitra antara lain : (a) Selaku objek kegiatan program pengabdian yang melakukan seluruh program mulai dari produksi, manajemen dan pemasaran. (b) Melaksanakan seluruh bentuk pendampingan atau pelatihan yang disajikan Tim PKM PMM mencakup bidang produksi (implementasi TTG), pemasaran (penggunaan *aplikasi e commerce* dan strategi *branding*), (c) Memberi respon balik terhadap Tim PKM PMM baik secara langsung atau tidak langsung. (d) Berkontribusi selama monitoring dan evaluasi dalam meningkatkan produksi, pemasaran dan penghasilan mitra.

Monitoring ialah aktivitas pemantauan dalam mendapatkan pesan secara berulang sehingga hasil selaras dengan tujuan yang telah disahkan. Evaluasi ialah aktivitas penilaian di akhir program dalam mengenai capaian program yang dilaksanakan. Mengacu pada pengertian diatas, maka Tim PKM PMM berusaha untuk melaksanakan monitoring dan evaluasi menjadi beragam tahap yakni : (a) Tahap Perencanaan, yaitu observasi dan survei lokasi mitra (b) Tahap Pelaksanaan, mencakup kegiatan pelaksanaan produksi, pendampingan, penyajian bantuan yaitu alat yang diperlukan, pendampingan manajemen, kewirausahaan, pemasaran atau strategi *branding*

Tahap Pasca Pelaksanaan, mencakup kegiatan pasca pelaksanaan minimal 1 bulan sesudah program telah terselesaikan dan apabila dapat diperpanjang periode monitoring untuk memperoleh kemandirian mitra selaku wirausaha mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat Tim PKM PMM bersama mitra telah menyelesaikan

rancangan mesin pengiris kerupuk yang kemudian dapat diterapkan pihak mitra untuk mempercepat pekerjaan. Sesudah memperoleh bengkel dalam menghasilkan mesin tersebut maka mesin yang diproduksi pada gambar dibawah ini:



Gambar 6. Mesin Pengiris Kerupuk

Tidak hanya itu, dalam mempermudah mitra selama penyusunan merk Tim pengabdian telah melaksanakan pendampingan perancangan merek/logo usaha pada “Pelatihan Strategi *Branding*”. Dibawah ini logo yang diproduksi antara lain:



Gambar 7. Logo/Merek Kerupuk Mitra

Pada Mitra kedua kelompok penjahit tim memberikan bantuan peralatan menjahit seperti Mesin Neci, Dinamo mesin jahit, Rak Display dan Mannequin.



Gambar 6. Mesin Neci, Dinamo mesin jahit, Rak Display dan Mannequin

Terdapat pelatihan yang dilakukan oleh Tim pengabdian tidak sekadar bagi mitra namun turut mengaitkan UMKM yang terdapat disekeliling lokasi tinggal mitra. Hal tersebut ditujukan supaya mitra dapat dijadikan pioner bagi UMKM yang lainnya dan dapat memberi dorongan bagi UMKM agar bergerak aktif. Terdapat jenis pelatihan yang disajikan oleh tim pengabdian:

Tabel 1. Jenis Pelatihan Oleh Tim Pengabdian

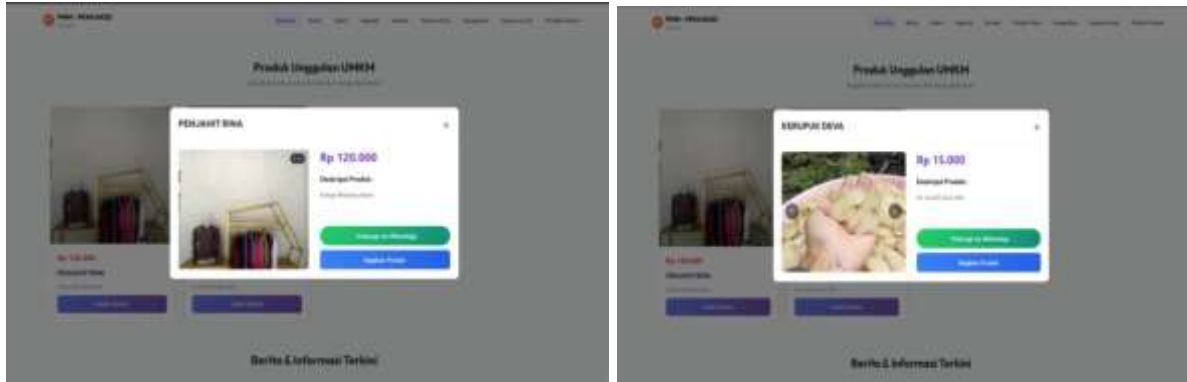
No.	Pelatihan	Tanggal	Pemateri
1	Manajemen dan Kewirausahaan	23 September 2025	Dr. Nanik Istianingsih, S.E., M.E Dr. Ariyanto M, S.E., M.Si
2	Digital Marketing dan Pelatihan Foto Produk	26 September 2025	Dr. Nanik Istianingsih, S.E., M.E Dr. Susriyanti, S.E., M.M
3	Strategi Promosi dan Branding	29 September 2025	Dr. Nanik Istianingsih, S.E., M.E Dr. Susriyanti, S.E., M.M
4	Penyusunan <i>website blog</i> dan Merek/Logo Produk	4 Oktober 2025	Zulkifli, S. Kom., M. Kom Rianto



Gambar 7 Pelatihan=pelatihan yang diikuti oleh mitra

Berdasarkan pelaksanaan pelatihan Manajemen dan Kewirausahaan, mitra mampu meningkatkan motivasi untuk berwirausaha serta mampu mengembangkan konsep manajemen khususnya pada manajemen produksi. Hal tersebut selaras dengan program pengabdian yang dilaksanakan oleh (Hendriadi et al., 2019)(Bahri, 2019).

Selain itu, pelatihan Strategi Promosi, Strategi Branding dan Penyusunan Toko Online mitra sangat memerlukan waktu dalam menerapkannya, sebab batasan pengetahuan dan kemampuan untuk penerapan teknologi informasi. Dampak positif pelatihan online marketing, strategi promosi, strategi branding dan digital marketing telah dilaksanakan saat pengabdian (Hati et al., 2022)(Utomo & Susanta, 2020)(Samtidar & Rosid, 2021)(Amrustian & Wibowo, 2022)(Hidayat et al., 2024).



Gambar 6. Toko Online yang dirancang untuk mitra

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan *packing process* produk melalui penggunaan *hand sealer* ialah akan dibutuhkan dalam pengemasan kerupuk yang telah tuntas. Hal tersebut selaras dengan program pengabdian yang telah dilaksanakan (Hendriadi et al., 2019) (Choirina et al., 2022) yang telah menjelaskan bahwa kualitas produk, desain kemasan yang menarik dapat membantu meningkatkan penjualan produk. Selain itu, pengabdian (Fidiana et al., 2020) telah menjelaskan penyajian logo/merek dapat memberi pesan bagi pelanggan (Syifa et al., 2021). Tidak hanya itu, pengabdian pada Klaster Kerupuk Bawang ini, penyajian merek pada kemasan dapat memberi wawasan dan menjelaskan kepada masyarakat luas terkait usaha yang diproduksi pihak mitra.

Berdasarkan program pengabdian ini pastinya memberi dampak positif bagi pengembangan usaha mitra. Terdapat beberapa dampak yaitu:

Tabel 2. Dampak Program Bagi Mitra 1

No	Permasalahan	Situasi Terdahulu	Sesudah Program
1	Kemasan Produk	Plastik dan tali	Memakai Plastik tebal diberi Merk
2	Produksi	15-25 kg	30-75 kg
3	Penjualan	Konvensional	Konvensional dan <i>digital marketing</i>
4	Branding	Tidak terdapat logo /merek produk	Telah tersedia logo/merek produk

Tabel 3. Dampak Program Bagi Mitra 2

No	Masalah	Situasi terdahulu	Sesudah Program
1	Mesin Jahit	Tradisional	Menggunakan Dinamo
2	Produksi	- Proses pengesuman - Mengupah/menyewa - 1-3 stel/hari	- Menggunakan mesin neci - bantuan - 3-5 stel/hari
3	Penjualan	Konvensional	Konvensional dan <i>digital marketing</i>
4	Branding	Belum ada logo /merek produk	Telah tersedia logo/merek produk

Sesudah pelaksanaan pelatihan maka tim pengabdian melaksanakan evaluasi dan monitoring bagi mitra. Berdasarkan hasil monitoring diatas, maka ditemukan hambatan yang dialami oleh mitra sebagai berikut: (a) Hasil rekatan tidak rapi dan sifat plastik menjadi leleh. (c) Mitra dinyatakan belum terampil untuk pemakaian kemasan terbaru yang telah ditambahkan logo/merek, (d) Kedua Mitra dinyatakan belum terampil untuk menyusun konten pemasaran *online* dan *digital marketing*.

Evaluasi yang dilaksanakan mendapatkan beragam persetujuan hasil koordinasi dengan mitra dalam menuntaskan permasalahan yaitu menambah pelatihan dalam pembuatan konten dan *digital marketing*

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pemula ini telah diterapkan secara efektif. Keberhasilan tersebut nampak dari beragam dampak positif dari program tersebut sebagai berikut peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra, peningkatan produksi mitra, peningkatan keterampilan mitra dalam promosi *online*, membuat konten marketing dan penggunaan *digital marketing*. Pihak mitra

turut berkontribusi penuh untuk melaksanakan program pengabdian ini sejak awal pengamatan - tahap evaluasi pengabdian. Tidak hanya itu, usulan pengembangan usaha sangat wajib agar berkelanjutan. Dengan demikian, pihak mitra sangat membutuhkan pelatihan pembuatan konten pemasaran dan peningkatan keterampilan teknologi dalam penggunaan *digital marketing*.

Ucapan Terima Kasih

Tim PKM PMM memberikan terima kasih untuk DPPM Dikti karena pendanaan yang disajikan, serta terima kasih mitra maupun semua sivitas akademika IAKSS Muara Bungo

Referensi

- Amrustian, M. A., & Wibowo, M. (2022). Pelatihan Manajemen Web untuk Membantu Program Desa Melek Internet di Desa Kabupaten Kebumen. *Lebah*, 16(1), 36–41. <https://doi.org/10.35335/lebah.v16i1.53>
- Bahri, E. S. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Berkemajuan*.
- Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, Pangestuti P. (2022). Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8–16. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i1.1195>
- Fidiana, F., Rochdianingrum, W. A., Retnani, E. D., & Widyawati, D. (2020). Peningkatan Kapabilitas dan Performa UMKM melalui Monitoring dan Pendampingan. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 376–382. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v5i4.1268>
- Hadi, S. (2020). *Pemetaan Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*.
- Hati, T. E., Hagijanto, & Malkisedek, M. (2022). Pengembangan Strategi Promosi Online Yul Gendhis Batik Pada Masa New Normal. *Serat Rupa Journal of Design*, 6(2), 106–120. <https://doi.org/10.28932/srjd.v6i2.4731>
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Hidayat, T., Ahya Syaffitri, N., Sahal, L., Assyahri, Y., Arya Syaffutra, R., & As-syahri, H. (2024). Pelatihan Pemasaran Menggunakan Platform E-Commerce Marketing Training Using E-Commerce Platform. *Maret*, 17(2), 2964–9056. www.plus62.isha.or.id/index.php/abdimas
- Istianingsih, N., Al Hidayat, N., Maros, A., & H, H. (2022). Determination of MSMEs Competitiveness Attributes Using the Analytical Hierarchy Process Method. *International Journal of Islamic Business and Management Review*, 2(2), 163–173. <https://doi.org/10.54099/ijibmr.v2i2.369>
- Istianingsih, N., & Ariyanto, M. (2024). *Increased Production , Waterglass Roll Saving Dyeing Efficiency , Branding Strategy , and Digital Marketing in Muara Bungo Mulia Batik*. 5(3), 201–206. <https://doi.org/10.29303/ujcs.v5i3.707>
- Istianingsih, N., & Defit, S. (2021). *Enhancing MSME Performance through Digital Marketing and Innovation with Government Policy as Moderating Effect*.
- Maros, A., Sunaryo, J., Albadry, S. A., & Bakar, A. (2023). *Perceptions Of Community Satisfaction With The Performance Of Bungo District Government Services*. 11(12), 167–173.
- Samtidar, & Rosid, M. A. (2021). Web-Based E-Catalog Application for Kenongo Batik SMEs Tulangan Sidoarjo. *Academia Open*, 5, 1–9. <https://doi.org/10.21070/acopen.5.2021.2248>
- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 6–13.
- Utomo, H. S., & Susanta, S. (2020). *The Effect of Digital Marketing Capability Against Marketing Performance with Innovation as mediation (Study on Batik SMEs during the Covid-19 Pandemic)*. 1(1), 166–173. <https://doi.org/10.31098/pss.vii.193>