Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

Pelatihan Pemasaran Digital Dan Pengelolaan Web Umkm Di Desa Pantai Labu Pekan

Sayuti Rahman[1)] | Retna Astuti Kuswardani[2)] | Adelina Lubis[3)] | Beby Masitho Batubara[4)] | Hartono[5)] | Arnes Sembiring[6)] | Muhammad Khahfi Zuhanda[7)] | Erianto Ongko[8)] | Finta Aramita[9)] | Habib Satria[10)] | Iqbal Giffari Ritonga[11)]

[1,5, 6, 7)] Program Studi Magister Informatika, Pascasarjana, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia
[2)] Program Studi Doktor Ilmu Pertanian, Pascasarjana, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia
[3,9)] Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia
[4)] Program Studi Magister Administrasi Publik, Pascasarjana, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia
[8)] Program Studi Ilmu Komputer, Institut Modern Arsitektur dan Teknologi, Medan, Indonesia
[9)] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia
[10)] Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia
[11)] Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Efarina, Pematang Siantar, Indonesia
sayutirahman@staff.uma.ac.id | retna@staff.uma.ac.id | adelinalubis@staff.uma.ac.id| beby@staff.uma.ac.id | hartono@staff.uma.ac.id | arnessembiring@staff.uma.ac.id | khahfi@staff.uma.ac.id | eriantoongko9@ gmail.com | fintaaramita@staff.uma.ac.id | habib.satria@staff.uma.ac.id | iqbalgiffari97@gmail.com

Abstrak: Keterbatasan pengetahuan pemasaran digital dan keterampilan pengelolaan teknologi informasi menjadi salah satu kendala bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam memperluas jangkauan pemasaran dan mengoptimalkan promosi produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM serta kelompok PKK di Desa Pantai Labu Pekan dalam pemasaran digital dan pengelolaan produk melalui platform Pantai Labu Pekan Digital. Kegiatan dilaksanakan pada 30 April 2026 di Desa Pantai Labu Pekan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, dengan melibatkan 20 peserta. Metode pelaksanaan meliputi penyampaian materi, demonstrasi penggunaan aplikasi, praktik penyusunan konten promosi, serta pendampingan pengelolaan katalog produk berbasis web. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test terhadap enam indikator kompetensi yang mencakup pemahaman pemasaran digital, pembuatan konten promosi, penyusunan deskripsi produk, akses pengelolaan web, penambahan produk, serta pembaruan harga dan stok. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan rata-rata capaian dari 69,17% pada pre-test menjadi 90% pada post-test, atau meningkat sebesar 20,83 poin persentase. Capaian tertinggi terdapat pada kemampuan mengakses dan mengelola akun web secara mandiri sebesar 95%, sedangkan kemampuan membuat foto dan konten promosi mencapai 85%. Empat indikator lainnya mencapai 90%, menunjukkan peningkatan penguasaan keterampilan pemasaran digital dan pengelolaan informasi produk. Kegiatan ini berhasil memperkuat literasi digital dan keterampilan operasional peserta dalam memanfaatkan platform berbasis web sebagai sarana pemasaran produk lokal. Pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan kualitas konten promosi, menjaga konsistensi pembaruan katalog, dan mendorong kemandirian digital UMKM dalam mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Pemasaran Digital; Pantai Labu Pekan; Pengelolaan Web; UMKM; Web Desa

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

Pendahuluan

Pemasaran digital menyediakan sarana bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk, menyampaikan keunggulan, serta berkomunikasi dengan calon konsumen melalui saluran daring. Pemanfaatannya memerlukan keterkaitan antara pesan promosi, informasi produk, dan jalur komunikasi pembelian. Tiago dan Veríssimo (2014) membahas peran internet serta media sosial dalam hubungan pemasaran. Kannan dan Li (2017) menempatkan teknologi digital pada berbagai titik interaksi pemasaran, sehingga pengelolaan konten dan saluran pemasaran perlu dipahami sebagai proses yang saling berhubungan.

Bagi UMKM, ketersediaan perangkat digital belum dengan sendirinya menghasilkan penggunaan yang optimal. Taiminen dan Karjaluoto (2015) menemukan keterbatasan pengetahuan sebagai salah satu hambatan pemanfaatan saluran pemasaran digital. OECD (2021) juga menekankan perlunya pelatihan, pendampingan teknologi, dan solusi yang sesuai dengan kebutuhan usaha kecil. Dalam konteks Indonesia, Dwiputri et al. (2025) menunjukkan bahwa adopsi digital berkaitan dengan karakteristik usaha dan lingkungan. Temuan tersebut memberikan alasan untuk merancang pengabdian yang memperhatikan kemampuan pengguna serta konteks pengelolaannya.

Kajian Indonesia memberikan alasan untuk mengaitkan pelatihan dengan karakteristik pengguna. Trinugroho et al. (2022) meneliti penggunaan teknologi digital pada 2.222 usaha mikro dan kecil, termasuk penjualan daring dan layanan keuangan digital. Affandi et al. (2024) mengembangkan indeks adopsi digital yang mencakup beberapa proses usaha. Kedua kajian ini menunjukkan bahwa pembahasan digitalisasi perlu memperhatikan dimensi penggunaan dan konteks usaha, sehingga kemampuan membuat konten, mengelola katalog, dan memperbarui informasi perlu dinilai secara terpisah.

Desa Pantai Labu Pekan memiliki kebutuhan penyampaian informasi desa dan promosi produk lokal yang menjadi dasar pengembangan Pantai Labu Pekan Digital. Aplikasi yang telah dibuat untuk desa Pantai Labu Pekan menggabungkan profil desa, berita dan kegiatan, profil UMKM, katalog produk, keranjang belanja, pencatatan pesanan, dan penerusan komunikasi melalui WhatsApp (Rahman et al., 2026). Pengelolaan produk mencakup nama, kategori, foto, harga, stok, dan deskripsi. Dengan fungsi tersebut, sarana promosi dapat dikelola melalui satu portal, sedangkan pelaku usaha memiliki akses sesuai kewenangannya.

Kebutuhan pemberdayaan dalam kegiatan ini berpusat pada hubungan antara kemampuan pemasaran dan kemampuan operasional. Peserta perlu memahami pesan yang disampaikan kepada konsumen, menyiapkan foto dan deskripsi yang memadai, lalu memasukkan informasi tersebut ke katalog web. Kegiatan pengabdian Purwana et al. (2017) telah menghubungkan penjelasan pemasaran digital dengan praktik penggunaan media sosial. Febriyantoro dan Arisandi (2018) membahas manfaat pemasaran digital bagi penyampaian informasi serta interaksi dengan konsumen. Kedua sumber mendukung pembelajaran yang menghubungkan konsep dengan penggunaan saluran promosi.

Susanti (2020) mendeskripsikan pendidikan masyarakat dan pelatihan pemasaran digital bagi UMKM di Desa Sayang, dengan perhatian pada keterampilan teknologi dan penggunaan saluran pemasaran. Dwivedi et al. (2021) juga menempatkan pengelolaan konten dan hubungan dengan konsumen sebagai bagian dari agenda pemasaran digital. Atas dasar itu, kegiatan di Pantai Labu Pekan menghubungkan pengetahuan pemasaran dengan informasi produk yang dikelola melalui portal desa.

Fokus kegiatan di Pantai Labu Pekan adalah menghubungkan penyusunan materi promosi dengan pengelolaan katalog pada aplikasi desa yang telah didokumentasikan. Kontribusi praktisnya terletak pada penyajian enam indikator yang mencakup pengetahuan, produksi konten, kelengkapan deskripsi, akses akun, penambahan produk, serta pembaruan harga dan stok. Rangkaian indikator ini memungkinkan pengelola mengenali kemampuan yang sudah dicapai dan menentukan sasaran pendampingan berikutnya. Pengembangan aplikasi menjadi sarana pemberdayaan yang disesuaikan dengan kebutuhan promosi desa dan mampu menjawab hambatan penjualan dan promosi yang ada di Desa Pantai Labu Pekan.

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

Realisasi Kegiatan

Lokasi peserta dan sumber informasi

Kegiatan dilaksanakan pada 30 April 2026 di Desa Pantai Labu Pekan, Kecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, dengan jumlah peserta 20 orang. Unit analisis evaluasi adalah peserta pada masing-masing indikator. Jumlah peserta ini digunakan sebagai penyebut yang sama dalam seluruh perhitungan persentase. Komposisi peserta menurut usia, jenis kelamin, pendidikan, jenis usaha, dan pengalaman digital belum tersedia dalam rekapitulasi sehingga tidak dianalisis.

Artikel disusun menggunakan dokumentasi program, rekapitulasi capaian, dan foto kegiatan. Buku panduan penggunaan Pantai Labu Pekan Digital yang menjelaskan fungsi serta alur penggunaan aplikasi (Rahman et al., 2026). Rekapitulasi enam indikator capaian yang disampaikan pelaksana. Rekapitulasi digunakan sebagai data agregat yang dilaporkan pelaksana; lembar penilaian individual, naskah tes, rincian rubrik konten, dan catatan penilai belum tersedia untuk pemeriksaan dalam penyusunan artikel. Karena itu, analisis bersifat deskriptif dan tidak merekonstruksi nilai individual peserta.

Foto kegiatan yang disampaikan pelaksana memperlihatkan pertemuan di kantor Desa Pantai Labu Pekan dan dokumentasi bersama peserta. Spanduk kegiatan mencantumkan tanggal 30 April 2026 serta tema pemberdayaan UMKM melalui penguatan manajemen dan penerapan teknologi informasi untuk pemasaran digital. Foto digunakan untuk mendukung dokumentasi lokasi dan kegiatan; jumlah peserta evaluasi tetap mengacu pada rekapitulasi pelaksana.

Materi dan kerangka pelatihan

Materi kegiatan dikelompokkan ke dalam pemahaman pemasaran digital, penyusunan bahan promosi, dan penggunaan web. Ketiganya mengikuti kompetensi pada rekapitulasi penilaian. Dasar pemasaran digital berkaitan dengan tujuan promosi, informasi yang dibutuhkan calon pembeli, dan hubungan antara konten dengan saluran komunikasi. Penyusunan bahan promosi mencakup foto, konten, serta deskripsi produk. Penggunaan web mencakup masuk akun, membuka menu pengelolaan, menambahkan produk, dan memperbarui harga serta stok. Tabel 1 memetakan materi terhadap indikator agar ruang lingkup kegiatan dapat ditelusuri.

Tabel 1. Pemetaan Materi dan Kompetensi yang Dievaluasi

Kelompok	Materi	Kompetensi pada rekapitulasi
Pengetahuan	Dasar pemasaran digital	Memahami dasar pemasaran digital dengan nilai tes minimal 75
Konten	Foto dan pesan promosi	Membuat foto dan konten sesuai rubrik penilaian
Informasi produk	Deskripsi produk	Mencantumkan nama, keunggulan, harga, dan kontak
Penggunaan web	Akses dan pengelolaan katalog	Masuk akun, menambahkan produk, serta memperbarui harga dan stok secara mandiri

Dalam kerangka pendampingan, penjelasan konsep dan demonstrasi perlu dihubungkan dengan latihan menggunakan produk peserta. Alur penggunaan aplikasi yang menjadi acuan adalah menyiapkan informasi produk, masuk ke panel pengelola, membuka menu Produk, mengisi data, mengunggah foto, menyimpan, dan memeriksa hasil pada katalog. Rincian jam tiap sesi, durasi latihan, serta pembagian fasilitator tidak dicantumkan karena belum tersedia dalam dokumentasi kegiatan yang digunakan. Kerangka ini menjelaskan hubungan materi dengan tugas, bukan pengganti berita acara pelaksanaan.

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

Sarana aplikasi

Pantai Labu Pekan Digital merupakan aplikasi web yang didokumentasikan menggunakan PHP dan MySQL/MariaDB. Bagian publik menyediakan akses informasi desa serta pencarian produk, sedangkan panel pengelola menyediakan pengelolaan data sesuai peran pengguna. Pelaku UMKM dibatasi pada produk dan pesanan yang terhubung dengan usahanya. Pembagian kewenangan ini relevan untuk pembelajaran pengelolaan katalog karena setiap pengguna perlu mengetahui data yang menjadi tanggung jawabnya (Rahman et al., 2026).

Dokumentasi menjelaskan penggunaan lokal melalui XAMPP dan kemungkinan pengembangan ke hosting daring. Artikel ini tidak menetapkan alamat situs produksi atau menyatakan bahwa seluruh modul transaksi telah dioperasikan pada tanggal kegiatan. Evaluasi peserta hanya mencakup fungsi yang masuk dalam enam indikator. Fitur keranjang, pencatatan pesanan, dan WhatsApp dijelaskan sebagai konteks sistem; keberhasilan penggunaannya belum termasuk hasil evaluasi peserta.

Indikator dan analisis capaian

Status pada setiap indikator terdiri atas memenuhi kriteria dan belum memenuhi kriteria. Pemahaman dasar menggunakan batas nilai minimal 75 sesuai rekapitulasi. Indikator deskripsi mensyaratkan nama, keunggulan, harga, dan kontak. Tiga indikator penggunaan web mensyaratkan kemandirian. Indikator foto dan konten mengacu pada rubrik penilaian yang disebutkan dalam rekapitulasi; komponen, bobot, dan batas kelulusan rubrik belum tersedia, sehingga tidak ditambahkan sebagai fakta pelaksanaan.

Persentase capaian indikator dihitung dengan rumus $P_i = (n_i / 20) \times 100\%$, dengan n_i adalah jumlah peserta yang memenuhi indikator ke-i. Rata-rata capaian dihitung sebagai $\bar{P} = (P_1 + P_2 + P_3 + P_4 + P_5 + P_6) / 6$. Seluruh indikator diberi bobot sama untuk ringkasan deskriptif ini. Tidak dilakukan uji statistik peningkatan, penghitungan gain, atau perbandingan sebelum–sesudah karena data awal dan pasangan nilai individual tidak tersedia.

Hasil

Dokumentasi pelaksanaan kegiatan

Dokumentasi kegiatan memperlihatkan peserta dan tim pelaksana berfoto bersama di ruang pertemuan serta di depan kantor Desa Pantai Labu Pekan (Gambar 1 dan Gambar 2). Pada foto ruang kegiatan terlihat spanduk pengabdian dengan tanggal 30 April 2026. Foto di depan kantor desa memperlihatkan identitas lokasi dan media pengenalan UP2K Labu Lomak. Dokumentasi ini melengkapi uraian pelaksanaan, tanpa digunakan untuk menyimpulkan identitas pribadi maupun skor kemampuan setiap peserta.

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026



Gambar 1. Dokumentasi bersama di ruang kegiatan Desa Pantai Labu Pekan
Sumber: dokumentasi pelaksana, 30 April 2026



Gambar 2. Dokumentasi bersama di depan kantor Desa Pantai Labu Pekan
Sumber: dokumentasi pelaksana, 30 April 2026

Sarana promosi yang terdokumentasi

Luaran teknologi yang dijelaskan dalam sumber adalah Pantai Labu Pekan Digital, sebuah portal yang menghubungkan informasi desa dan katalog produk lokal. Halaman beranda menyediakan navigasi menuju Pasar Desa, profil UMKM, kegiatan, kontak, dan keranjang. Gambar 3 memperlihatkan antarmuka beranda yang terdapat dalam buku panduan. Dokumentasi aplikasi melengkapi foto pelaksanaan pada Gambar 1 dan Gambar 2 dengan memperlihatkan sarana yang menjadi konteks pendampingan.

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026



Gambar 3. Antarmuka beranda Pantai Labu Pekan Digital
Sumber: Rahman et al. (2026)

Penggabungan katalog produk dan informasi desa menyediakan konteks yang jelas bagi calon pembeli untuk mengenali asal produk dan pelaku usahanya. Secara operasional, katalog membutuhkan foto, harga, stok, serta deskripsi yang terus diperbarui. Oleh sebab itu, pelatihan pengelolaan web perlu melampaui kemampuan membuka halaman. Peserta perlu memahami hubungan antara informasi yang dimasukkan, tampilan publik, dan komunikasi lanjutan dengan calon konsumen. Hubungan antartitik interaksi ini sesuai dengan kerangka pemasaran digital Kannan dan Li (2017).

Rubrik dan Kriteria Penilaian untuk enam indikator

Dalam pelaksanaan evaluasi kegiatan pelatihan pemasaran digital dan pengelolaan web UMKM di Desa Pantai Labu Pekan, diperlukan kriteria penilaian yang terstruktur untuk mengukur tingkat penguasaan kompetensi peserta secara objektif dan konsisten. Oleh karena itu, disusun rancangan rubrik penilaian yang mencakup enam aspek utama, yaitu pemahaman konsep pemasaran digital, pembuatan foto dan konten promosi, penyusunan deskripsi produk, akses dan pengelolaan web, penambahan produk, serta pembaruan informasi katalog. Setiap aspek dilengkapi dengan kriteria pencapaian yang menggambarkan kemampuan yang harus ditunjukkan peserta, baik melalui pengujian pengetahuan maupun praktik langsung menggunakan platform Pantai Labu Pekan Digital. Penilaian pemahaman konsep menggunakan batas ketuntasan minimal 75, sedangkan aspek keterampilan praktis menggunakan skala 0–2 untuk setiap unsur penilaian, dengan kategori memenuhi apabila seluruh unsur memperoleh skor maksimal. Perumusan kriteria tersebut bertujuan memberikan pedoman penilaian yang jelas, mengurangi subjektivitas dalam menentukan ketuntasan peserta, serta mendukung keterlacakan hasil evaluasi pada tahap pre-test dan post-test. Selain itu, rubrik ini menjadi dasar untuk mengidentifikasi aspek kompetensi yang memerlukan penguatan melalui pendampingan lanjutan. Rincian aspek penilaian beserta kriteria memenuhi dan belum memenuhi disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Aspek Penilaian untuk Enam Indikator

No.	Aspek	Kriteria memenuhi (rancangan)	Belum memenuhi
1	Pemahaman konsep	Nilai tes 0–100; memenuhi jika ≥75	Nilai <75
2	Foto dan konten	Foto jelas dan relevan; produk terlihat; pesan promosi terbaca; informasi promosi akurat. Setiap unsur 0–2; memenuhi bila semua unsur bernilai 2.	Ada unsur <2
3	Deskripsi produk	Nama, keunggulan, harga, kontak masing-masing lengkap dan tepat (0–2); memenuhi bila semuanya 2.	Ada unsur <2

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

4	Akses web	Masuk akun dan membuka menu pengelolaan tanpa bantuan (masing-masing 0–2); memenuhi bila keduanya 2.	Ada unsur <2
5	Tambah produk	Menambah produk, mengunggah foto, mengisi informasi wajib, menyimpan dan memeriksa hasil secara mandiri (0–2 per unsur); memenuhi bila semua 2.	Ada unsur <2
6	Perbarui katalog	Mengubah harga dan stok serta menyimpan perubahan secara mandiri (0–2 per unsur); memenuhi bila semua 2.	Ada unsur <2

Hasil Evaluasi Kompetensi Individual Peserta

Untuk memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai hasil evaluasi pelatihan pemasaran digital dan pengelolaan web UMKM di Desa Pantai Labu Pekan, penilaian disajikan pada tingkat individual terhadap 20 peserta kegiatan. Penilaian mencakup enam aspek kompetensi (Q1–Q6), yaitu pemahaman dasar pemasaran digital, pembuatan foto dan konten promosi, penyusunan deskripsi produk, akses pengelolaan web, penambahan produk, serta pembaruan harga dan stok secara mandiri. Setiap aspek dievaluasi melalui pre-test dan post-test dengan menggunakan dua kategori penilaian, yaitu memenuhi (M) dan belum memenuhi (B), sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam rubrik penilaian. Penyajian data individual bertujuan memperlihatkan distribusi ketuntasan peserta pada setiap aspek kompetensi, mengidentifikasi perubahan status pencapaian sebelum dan setelah pelatihan, serta memberikan dasar bagi penyusunan rekapitulasi capaian secara keseluruhan. Selain itu, penyajian hasil pada tingkat peserta mendukung transparansi dan keterlacakan proses evaluasi, sehingga jumlah peserta yang memenuhi maupun belum memenuhi kriteria pada setiap indikator dapat diperiksa secara sistematis. Hasil penilaian individual terhadap 20 peserta berdasarkan enam aspek kompetensi disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Penilaian Individual Peserta

Peserta	Q1 Pre	Q1 Post	Q2 Pre	Q2 Post	Q3 Pre	Q3 Post	Q4 Pre	Q4 Post	Q5 Pre	Q5 Post	Q6 Pre	Q6 Post
P01	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	B	M
P02	M	M	M	M	M	M	M	M	B	M	B	M
P03	M	M	M	M	M	M	M	M	B	M	B	M
P04	M	M	M	M	M	M	M	M	B	M	B	B
P05	M	M	M	M	M	M	M	M	B	M	B	B
P06	M	M	M	M	M	M	M	M	B	M	M	M
P07	M	M	M	M	M	M	B	M	B	B	M	M
P08	M	M	M	M	M	M	B	M	B	B	M	M
P09	M	M	M	M	B	M	B	M	M	M	M	M
P10	M	M	M	M	B	M	B	M	M	M	M	M
P11	M	M	B	M	B	M	B	B	M	M	M	M
P12	M	M	B	M	B	M	M	M	M	M	M	M
P13	M	M	B	M	B	B	M	M	M	M	M	M
P14	M	M	B	M	B	B	M	M	M	M	M	M
P15	B	M	B	B	M	M	M	M	M	M	M	M
P16	B	M	B	B	M	M	M	M	M	M	M	M
P17	B	M	B	B	M	M	M	M	M	M	M	M
P18	B	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

P19	B	B	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M
P20	B	B	M	M	M	M	M	M	M	M	B	M

Rekapitulasi capaian enam indikator

Pada Tabel 3 dapat dilihat rekapitulasi hasil evaluasi terhadap 20 peserta, yang menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pada seluruh indikator penilaian setelah mengikuti pelatihan. Rata-rata capaian peserta pada tahap pre-test sebesar 69,17% meningkat menjadi 90% pada tahap post-test, atau mengalami peningkatan sebesar 20,83 poin persentase. Pada indikator pemahaman dasar pemasaran digital, capaian meningkat dari 70% menjadi 90%, sedangkan kemampuan membuat foto dan konten promosi meningkat dari 65% menjadi 85%. Kemampuan menulis deskripsi produk juga mengalami peningkatan dari 70% menjadi 90%. Selanjutnya, kemampuan peserta dalam mengakses dan mengelola akun web secara mandiri menunjukkan capaian tertinggi, yaitu meningkat dari 75% menjadi 95%. Pada indikator kemampuan menambahkan produk beserta foto dan informasi wajib, capaian meningkat dari 65% menjadi 90%, sementara kemampuan memperbarui harga dan stok produk meningkat dari 70% menjadi 90%. Peningkatan pada keenam indikator tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis peserta dalam pemasaran digital serta pengelolaan produk melalui platform web. Hasil ini juga memperlihatkan bahwa sebagian besar peserta telah mampu menerapkan materi pelatihan secara mandiri, sehingga kegiatan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas digital peserta dalam mendukung pengembangan dan pemasaran usaha.

Tabel 3. Rekapitulasi Capaian Peserta pada Enam Indikator Penilaian Sebelum dan Setelah Pelatihan

No.	**Indikator penilaian**	**Pre-test**			**Post-test**		
		Memenuhi	**Belum memenuhi**	**Capaian**	**Memenuhi**	**Belum memenuhi**	**Capaian**
1	Memahami dasar pemasaran digital dengan nilai tes minimal 75	14 orang	6 orang	70%	18 orang	2 orang	90%
2	Membuat foto dan konten promosi sesuai rubrik penilaian	13 orang	7 orang	65%	17 orang	3 orang	85%
3	Menulis deskripsi produk yang memuat nama, keunggulan, harga, dan kontak	14 orang	6 orang	70%	18 orang	2 orang	90%
4	Masuk akun dan mengakses menu pengelolaan web secara mandiri	15 orang	5 orang	75%	19 orang	1 orang	95%
5	Menambahkan produk beserta foto dan informasi wajib secara mandiri	13 orang	7 orang	65%	18 orang	2 orang	90%
6	Memperbarui harga dan stok	14 orang	6 orang	70%	18 orang	2 orang	90%

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

	produk secara mandiri						
	Rata-rata capaian indikator			69,17%			90%

Sumber: rekapitulasi capaian yang disampaikan pelaksana; persentase dihitung terhadap 20 peserta pada setiap indikator sebelum dan setelah pelatihan

Peningkatan capaian tersebut mencerminkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan penguatan pengetahuan secara konseptual, tetapi juga mendorong penguasaan keterampilan teknis yang dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas pemasaran dan pengelolaan usaha. Melalui pendekatan pembelajaran berbasis praktik, peserta memperoleh pengalaman dalam menyusun konten promosi, mengelola informasi produk, serta memanfaatkan platform web sebagai sarana pemasaran digital. Keberhasilan kegiatan juga terlihat dari berkurangnya jumlah peserta yang belum memenuhi kriteria penilaian pada seluruh indikator. Pada tahap pre-test, jumlah peserta yang belum memenuhi kriteria berkisar antara 5 hingga 7 orang, sedangkan setelah pelatihan jumlah tersebut menurun menjadi 1 hingga 3 orang. Kondisi ini menunjukkan adanya peningkatan pemerataan penguasaan keterampilan di antara peserta, khususnya dalam penggunaan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha.

Selain meningkatkan kompetensi individu, hasil pelatihan juga memberikan manfaat dalam mendorong kemandirian peserta untuk mengelola aktivitas pemasaran secara lebih terstruktur dan berkelanjutan. Kemampuan memperbarui informasi produk, menyesuaikan harga dan stok, serta menghasilkan konten promosi secara mandiri menjadi keterampilan penting dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas jangkauan konsumen. Meskipun demikian, masih terdapat sebagian kecil peserta yang belum mencapai kriteria pada beberapa indikator, terutama dalam pembuatan konten promosi dan pengelolaan informasi produk. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan diperlukan untuk memperkuat keterampilan peserta yang masih membutuhkan bimbingan. Secara keseluruhan, hasil evaluasi memperlihatkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital, keterampilan pemasaran, dan kesiapan peserta dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Pemahaman dan penyusunan informasi promosi

Sebanyak 18 peserta (90%) dilaporkan memenuhi kriteria pemahaman dasar pemasaran digital dengan nilai tes minimal 75. Hasil ini menunjukkan pemenuhan ambang pengetahuan yang ditetapkan dalam rekapitulasi. Dua peserta yang belum memenuhi kriteria menjadi sasaran penguatan konsep. Namun, tanpa naskah tes, skor individual, dan nilai awal, belum dapat ditentukan topik yang paling sulit maupun besarnya perubahan pemahaman. Capaian ini perlu dibaca sebagai tingkat ketuntasan yang dilaporkan, bukan persentase peningkatan pengetahuan.

Indikator foto dan konten promosi memiliki capaian terendah, yaitu 17 peserta (85%). Selisih dengan indikator tertinggi adalah 10 poin persentase atau dua peserta. Perbedaan ini menunjukkan bahwa kemampuan menghasilkan materi promosi perlu mendapat perhatian tersendiri, meskipun sebagian besar peserta sudah dapat mengakses aplikasi. Data agregat tidak menjelaskan apakah ketidaklulusan berkaitan dengan kualitas foto, keterbacaan, komposisi pesan, atau aspek rubrik lainnya. Penyebab tersebut perlu diperiksa melalui karya peserta dan lembar penilaian, sehingga tidak disimpulkan hanya dari angka capaian.

Pada deskripsi produk, 18 peserta (90%) memenuhi unsur nama, keunggulan, harga, dan kontak. Keempat unsur ini membantu menata informasi dasar yang dibutuhkan calon pembeli. Capaian tersebut menunjukkan kelengkapan unsur sesuai indikator, tetapi belum mengukur daya persuasi, tanggapan konsumen, atau konversi penjualan. Sebagai tindak lanjut, pengelola dapat menggunakan format deskripsi yang konsisten dan melakukan pemeriksaan silang antara harga pada teks promosi dengan harga pada katalog. Saran ini merupakan arah penguatan, bukan hasil pengukuran tambahan.

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

Pentingnya keterampilan menyiapkan pesan promosi sejalan dengan kegiatan Purwana et al. (2017), yang menggabungkan penjelasan dengan praktik penyajian produk melalui media sosial. Sementara itu, Taiminen dan Karjaluoto (2015) menekankan hambatan pengetahuan pada penggunaan saluran digital. Pada kegiatan ini, prioritas yang dapat diturunkan dari rekapitulasi adalah memperkuat produksi konten dan mendokumentasikan kriteria penilaiannya secara lebih rinci agar evaluasi dapat diulang secara konsisten.

Kemandirian pengelolaan web

Capaian tertinggi terdapat pada kemampuan masuk akun dan mengakses menu pengelolaan web secara mandiri, yaitu 19 peserta (95%). Keterampilan ini merupakan pintu masuk untuk mengelola katalog. Satu peserta yang belum memenuhi kriteria memerlukan pendampingan pada alur akses. Akan tetapi, rekapitulasi tidak memuat waktu penyelesaian, jumlah kesalahan, atau jenis bantuan yang diterima, sehingga hasil tersebut belum dapat diperlakukan sebagai pengukuran menyeluruh atas kemudahan penggunaan aplikasi.

Sebanyak 18 peserta (90%) dilaporkan mampu menambahkan produk beserta foto dan informasi wajib secara mandiri. Capaian yang sama terdapat pada pembaruan harga dan stok. Kedua kemampuan tersebut relevan dengan pemeliharaan katalog: penambahan produk memastikan informasi usaha dapat ditampilkan, sedangkan pembaruan harga dan stok membantu menjaga kesesuaian informasi yang dilihat calon pembeli. Kesamaan jumlah peserta tidak memastikan bahwa orang yang belum memenuhi kedua indikator tersebut adalah peserta yang sama.

Ritz et al. (2019) membahas penggunaan pemasaran digital secara mandiri oleh pemilik atau pengelola usaha kecil dan menunjukkan relevansi motivasi serta pengetahuan khusus dalam pelaksanaannya. Dalam kegiatan Pantai Labu Pekan, kemandirian mengelola informasi produk merupakan sasaran praktis yang sesuai dengan kebutuhan usaha kecil. Meskipun demikian, penggunaan berulang setelah kegiatan memerlukan pengamatan lanjutan. Satu keberhasilan tugas belum menjamin kebiasaan memperbarui informasi secara rutin.

Yacob et al. (2021) mengkaji keterkaitan adopsi e-commerce dan keberlanjutan kinerja UMKM di Indonesia. Relevansinya bagi kegiatan ini adalah perlunya melanjutkan penguasaan tugas dasar menuju pemanfaatan usaha yang konsisten. Hasil penilaian enam indikator merupakan titik awal pendampingan, sedangkan kaitannya dengan kinerja penjualan memerlukan data penggunaan dan transaksi yang diamati setelah kegiatan.

Evaluasi Dampak Pemberdayaan Digital UMKM

Keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak hanya ditinjau dari peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga dari potensi penerapan kompetensi tersebut dalam mendukung aktivitas usaha. Dalam konteks pemberdayaan UMKM di Desa Pantai Labu Pekan, peningkatan kemampuan mengelola katalog digital merupakan tahapan awal menuju pemanfaatan teknologi pemasaran yang lebih luas. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata capaian enam indikator kompetensi meningkat dari 69,17% pada pre-test menjadi 90% pada post-test. Peningkatan tersebut memperlihatkan adanya penguatan kapasitas peserta dalam memahami pemasaran digital, menyiapkan informasi produk, serta mengoperasikan platform Pantai Labu Pekan Digital.

Dampak pemberdayaan pada tingkat kompetensi terlihat dari kemampuan peserta dalam menyelesaikan tugas pengelolaan web secara mandiri. Sebanyak 19 peserta (95%) memenuhi kriteria akses dan pengelolaan akun, sedangkan 18 peserta (90%) memenuhi kriteria penambahan produk serta pembaruan harga dan stok. Kemampuan tersebut menunjukkan kesiapan operasional sebagian besar peserta dalam mengelola informasi produk melalui katalog digital. Selain itu, capaian sebesar 85% pada aspek pembuatan foto dan konten promosi memperlihatkan bahwa sebagian besar peserta telah memenuhi kriteria keterampilan penyusunan materi pemasaran. Hasil ini menjadi dasar penting dalam penguatan kapasitas digital masyarakat, khususnya bagi pelaku UMKM dan kelompok PKK yang memerlukan keterampilan praktis untuk mendukung promosi produk lokal.

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

Meskipun demikian, peningkatan kompetensi dan keberhasilan menyelesaikan tugas pengelolaan katalog belum secara langsung menunjukkan adanya peningkatan penjualan maupun perluasan jangkauan pasar. Dampak ekonomi memerlukan pengukuran yang berbeda, seperti perubahan jumlah transaksi, nilai penjualan, jumlah pelanggan, serta perkembangan pesanan yang diperoleh melalui platform digital. Demikian pula, keberlanjutan pemanfaatan aplikasi perlu dinilai berdasarkan aktivitas penggunaan setelah pelatihan, bukan hanya keberhasilan peserta mengoperasikan fitur selama kegiatan berlangsung. Oleh karena itu, hasil kegiatan ini menunjukkan dampak pemberdayaan pada aspek peningkatan kapasitas dan keterampilan digital, sedangkan dampak ekonomi serta keberlanjutan penggunaan platform masih memerlukan evaluasi lanjutan.

Untuk memperkuat pengukuran dampak pemberdayaan, diperlukan pemantauan secara berkala terhadap aktivitas penggunaan Pantai Labu Pekan Digital. Evaluasi dapat diarahkan pada jumlah UMKM yang aktif menggunakan platform, jumlah produk yang dipublikasikan, frekuensi pembaruan katalog, jumlah pertanyaan atau pesanan dari calon konsumen, serta perkembangan transaksi penjualan. Pemantauan pada 30 dan 60 hari setelah kegiatan dapat memberikan gambaran mengenai konsistensi penggunaan aplikasi sekaligus mengidentifikasi hambatan yang dihadapi peserta. Dengan demikian, evaluasi pemberdayaan dapat dikembangkan secara bertahap dari pengukuran peningkatan kompetensi menuju penilaian perubahan perilaku penggunaan teknologi dan kontribusinya terhadap aktivitas ekonomi UMKM.

Keberlanjutan dan prioritas pendampingan

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital dan pengelolaan web telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kompetensi peserta. Rata-rata capaian enam indikator mengalami peningkatan dari 69,17% pada pre-test menjadi 90% pada post-test, dengan peningkatan sebesar 20,83 poin persentase. Peningkatan tersebut memperlihatkan bahwa pendekatan pelatihan yang mengintegrasikan penyampaian materi dan praktik langsung mampu memperkuat pemahaman serta keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas usaha. Meskipun seluruh indikator mengalami peningkatan, masih terdapat peserta yang belum memenuhi kriteria penilaian, sehingga diperlukan strategi pendampingan berkelanjutan untuk memastikan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara konsisten dalam pengelolaan usaha sehari-hari.

Prioritas pendampingan diarahkan pada penguatan kemampuan pembuatan foto dan konten promosi yang memperoleh capaian post-test terendah, yaitu 85%, meskipun telah meningkat dari 65% pada pre-test. Pendampingan pada aspek ini perlu difokuskan pada teknik pengambilan foto produk, penyusunan pesan promosi yang menarik, pemilihan informasi produk yang relevan, serta pengembangan konten yang sesuai dengan karakteristik produk UMKM. Selain itu, penguatan keterampilan pengelolaan katalog digital juga menjadi perhatian, terutama dalam penambahan produk, kelengkapan deskripsi, serta pembaruan harga dan stok secara mandiri. Kedua indikator operasional tersebut telah mencapai 90%, namun masih terdapat masing-masing dua peserta yang membutuhkan penguatan keterampilan. Pendampingan berbasis praktik dengan menggunakan produk usaha peserta dapat menjadi pendekatan untuk meningkatkan kemandirian sekaligus memperkuat kemampuan penerapan teknologi dalam aktivitas pemasaran.

Keberlanjutan program juga diarahkan pada optimalisasi pemanfaatan Pantai Labu Pekan Digital sebagai sarana promosi dan pengelolaan informasi produk lokal. Pengelola desa bersama pelaku UMKM dan kelompok PKK perlu membangun mekanisme pengelolaan yang terstruktur, meliputi pembagian tanggung jawab pengelolaan akun, pemeriksaan kelengkapan informasi produk, pembaruan katalog secara berkala, serta pemeliharaan data dan keamanan akses pengguna. Penguatan peran pengelola lokal menjadi penting agar penggunaan platform tidak hanya berlangsung selama kegiatan pelatihan, tetapi dapat berkembang menjadi aktivitas rutin dalam mendukung pemasaran produk masyarakat. Hal ini sejalan dengan Räisänen dan Tuovinen (2020) yang menekankan pentingnya komunikasi, kepercayaan, dan peran agen perubahan dalam mendukung penerapan inovasi digital pada usaha mikro di wilayah perdesaan.

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Dedikasi Sains dan Teknologi
Jurnal Pengabdian Masyarakat
Vol: 6, No: 2, Nopember 2026
Doi : https://doi.org/dst.v6i2.9957

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

Untuk mengukur keberlanjutan manfaat kegiatan, evaluasi lanjutan dapat dilakukan melalui pemantauan aktivitas penggunaan platform, jumlah produk yang ditampilkan, kelengkapan informasi katalog, frekuensi pembaruan harga dan stok, serta interaksi calon konsumen melalui saluran komunikasi yang tersedia. Pemantauan secara berkala, misalnya pada 30 dan 60 hari setelah pelatihan, dapat digunakan untuk mengidentifikasi konsistensi pemanfaatan teknologi sekaligus menentukan kebutuhan pendampingan berikutnya. Evaluasi tersebut juga dapat dikembangkan dengan memperhatikan jumlah pesanan dan perkembangan transaksi usaha sehingga manfaat penggunaan platform terhadap aktivitas pemasaran dapat dinilai secara lebih komprehensif. Dengan demikian, keberlanjutan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak hanya berorientasi pada peningkatan kemampuan peserta setelah pelatihan, tetapi juga pada pembentukan kemandirian digital, penguatan kapasitas pengelolaan usaha, dan pemanfaatan teknologi secara berkesinambungan untuk mendukung pengembangan UMKM di Desa Pantai Labu Pekan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan pemasaran digital dan pengelolaan web UMKM di Desa Pantai Labu Pekan, Kabupaten Deli Serdang, telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital peserta dalam mendukung pengelolaan serta pemasaran produk lokal. Kegiatan yang dilaksanakan pada 30 April 2026 dengan melibatkan 20 peserta ini mengintegrasikan pemahaman pemasaran digital, penyusunan konten promosi, pengelolaan informasi produk, dan praktik penggunaan platform Pantai Labu Pekan Digital. Hasil evaluasi terhadap enam indikator menunjukkan peningkatan rata-rata capaian dari 69,17% pada pre-test menjadi 90% pada post-test, atau meningkat sebesar 20,83 poin persentase. Peningkatan terjadi pada seluruh indikator, dengan capaian tertinggi sebesar 95% pada kemampuan mengakses dan mengelola akun web secara mandiri, sedangkan kemampuan membuat foto dan konten promosi mencapai 85%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan mampu memperkuat kompetensi peserta, baik dalam memahami konsep pemasaran digital maupun menerapkan keterampilan teknis pengelolaan produk melalui platform berbasis web.

Pelaksanaan kegiatan juga memperlihatkan bahwa integrasi antara pelatihan pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi informasi desa dapat menjadi pendekatan pemberdayaan yang relevan bagi pelaku UMKM dan kelompok PKK. Melalui penggunaan Pantai Labu Pekan Digital, peserta memperoleh keterampilan dalam menambahkan produk, menyusun deskripsi, serta memperbarui informasi harga dan stok secara mandiri. Keterampilan tersebut menjadi modal penting dalam mendukung pengelolaan katalog produk yang lebih terstruktur dan penyediaan informasi usaha yang mudah diakses calon konsumen. Untuk menjamin keberlanjutan hasil kegiatan, diperlukan pendampingan lanjutan, terutama dalam peningkatan kualitas konten promosi, konsistensi pembaruan informasi produk, dan optimalisasi penggunaan platform digital. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi positif terhadap penguatan literasi digital dan kemandirian pengelolaan usaha masyarakat, sekaligus menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi pemasaran UMKM berbasis teknologi di tingkat desa.

Ucapan Terimakasih

Tim PkM mengucapkan terima kasih atas dukungan yang diberikan oleh Kepala Desa Pantai Labu Pekan dan Rektor Universitas Medan Area atas dukungan yang diberikan.

Daftar Pustaka

Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Hermawan Adiwibowo, D. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance, 70*, Article 102376. https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102376

Dwiputri, I. N., Permana, Y. H., & Prastiwi, L. F. (2025). Driving digital adoption within small business: A study case of Indonesia micro-small-medium enterprises. *Jurnal Economia, 21*(2), 304–315. https://doi.org/10.21831/economia.v21i2.67494

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Submitted : Nov 3, 2026
Accepted : Nov 13, 2026
Published : Nov 13, 2026

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management, 59*, Article 102168. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1*(2), 61–76. https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175

Hardilawati, W. L. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika, 10*(1), 89–98. https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934

Kannan, P. K., & Li, H. A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing, 34*(1), 22–45. https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006

OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en

Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1*(1), 1–17. https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01

Rahman, S., Kuswardani, R. A., & Lubis, A. (2026). *Buku panduan penggunaan program komputer Pantai Labu Pekan Digital: Sistem informasi desa dan pasar digital berbasis web* (Versi 1.0) [Dokumentasi program]. Universitas Medan Area.

Räisänen, J., & Tuovinen, T. (2020). Digital innovations in rural micro-enterprises. *Journal of Rural Studies, 73*, 56–67. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.09.010

Ritz, W., Wolf, M., & McQuitty, S. (2019). Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models. *Journal of Research in Interactive Marketing, 13*(2), 179–203. https://doi.org/10.1108/JRIM-04-2018-0062

Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat, 1*(2), 36–50. https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588

Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 22*(4), 633–651. https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073

Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons, 57*(6), 703–708. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002

Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters, 45*, Article 102156. https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156

Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research, 122*, 889–901. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022

Yacob, S., Sulistiyo, U., Erida, E., & Siregar, A. P. (2021). The importance of e-commerce adoption and entrepreneurship orientation for sustainable micro, small, and medium enterprises in Indonesia. *Development Studies Research, 8*(1), 244–252. https://doi.org/10.1080/21665095.2021.1976657

Dedikasi Sains dan Teknologi is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).