



Journal Homepage



<https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/tekiba/index>

TEKIBA: Jurnal Teknologi dan Pengabdian Masyarakat



Journal Title

Optimalisasi Strategi Marketing UMKM Desa Sukoreno Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember



Karina Nine Amalia^{1**}  Ferdiansyah Putra Manggala²  Stefani Felisia Irawan³ 
Angelia Margaretha⁴ 

¹karina@unej.ac.id, ²ferdiansyahputramanggala@unej.ac.id,
³212410102012@mail.ac.id, ⁴212410103046@unej.ac.id

****Correspondence Author** : karina@unej.ac.id, ferdiansyahputramanggala@unej.ac.id

^{1,3,4}Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Jember, 68131, Indonesia

²Fakultas Hukum, Universitas Jember, 68131, Indonesia

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article History:

Revised Date: 14 September 2024

Published Date: 01 November 2024

Keywords:

Sukoreno Village, Marketing Training, Digital Marketing, Digital Technology

Sukoreno Village, Umbulsari District, Jember Regency, has great potential in the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). However, limitations in marketing and the use of digital technology are major challenges. The University of Jember's MSIB Thematic Community Service Program (KKN) seeks to address these issues through training in digital marketing and the use of e-commerce platforms. The methods used include field observation and literature analysis, followed by workshops covering marketing strategy theory, marketplace account creation, and hands-on demonstrations. Results showed an increase in MSMEs' understanding and skills in digital marketing, as well as an expansion of product marketing reach. Students also participated in local promotional activities and the creation of a village profile video, which contributed to the re-branding and positive image enhancement of Sukoreno Village. This activity succeeded in increasing the income of MSMEs, strengthening the relationship between students and the community, and promoting the potential of the village at large.

1. PENDAHULUAN

Desa Sukoreno, di Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember, Jawa Timur, memiliki banyak peluang untuk pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM, atau usaha mikro, kecil, dan menengah. Banyaknya UMKM di dusun tersebut kini memainkan peran penting dalam meningkatkan taraf hidup di daerah tersebut. UMKM akan menjadikan indikator-indikator

tersebut saling berkesinambungan, sehingga kesejahteraan masyarakat akan lebih mudah tercapai [1]. Saat ini masyarakat Sukoreno mengelola UMKM dengan bantuan sumber daya lokal, seperti pembinaan UMKM dan pelaku budaya, pokdarwis, dan program pelatihan membuat. UMKM juga merupakan usaha yang mampu bertahan di tengah krisis ekonomi yang telah melanda sejak tahun 1997, selain itu UMKM

juga menjadi katup penyelamat bagi pemulihan ekonomi bangsa karena mampu memberikan sumbangan yang cukup signifikan pada produk domestik bruto (PDB) maupun penyerapan tenaga kerja [2]. Masyarakat juga terkenal dengan produk unggulannya, jeruk Siam, yang telah mendorong pembentukan asosiasi petani koperasi untuk mempromosikan budidaya jeruk yang bertanggung jawab. Usaha yang dijalankan bertujuan untuk menaikkan pendapatan dengan ciri-ciri umum merupakan usaha milik keluarga, menggunakan teknologi yang masih relatif sederhana, dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi [3].

Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dan UMKM setempat menjadi pendorong utama di balik program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik MSIB Universitas Jember di Desa Sukoreno, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Tujuan utama dari proyek KKN ini adalah untuk membantu meningkatkan jangkauan pemasaran produk UMKM dari Desa Sukoreno yang selama ini hanya tersedia di wilayah sekitar. Diharapkan dengan menggunakan pemasaran digital, produk lokal akan menjadi lebih dikenal dan pendapatan warga desa akan meningkat. Tahapan awal dalam memasukkan teknologi digital ke dalam strategi pemasaran desa adalah dengan membuat akun media sosial Instagram dan mengadakan workshop tentang penguatan brand dan produk UMKM.

Selain masalah pemasaran, faktor penting lainnya dalam menciptakan program kerja KKN ini adalah kurangnya kesadaran masyarakat Desa Sukoreno untuk menggunakan situs marketplace seperti Shopee. Menurut [4] dalam penggunaan media sosial, UMKM dapat memanfaatkan platform-platform populer seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produknya dengan konten visual seperti foto dan video yang menarik. Sedangkan dalam marketplace, UMKM bisa bergabung dengan platform-platform seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan Blibli untuk menjual produk secara online dan platform ini biasanya menyediakan berbagai layanan yang dapat membantu UMKM dalam mengelola dan menjual produk mereka secara efektif, seperti manajemen inventaris, pembayaran online, dan pengiriman produk ke pelanggan.

Ketidakmampuan UMKM di dusun ini untuk menggunakan teknologi digital secara efektif menghambat kemampuan mereka untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Pertumbuhan sebuah usaha bisa diketahui dari total pendapatan yang diperoleh pemilik usaha [5]. Oleh karena itu, untuk membantu pemilik UMKM mengembangkan bisnis mereka dan menjangkau pasar yang lebih luas, program kami bermaksud untuk mengajarkan mereka tentang pemasaran digital. Perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhannya [6].

Desa Sukoreno masih kurang dikenal luas meskipun memiliki banyak keunggulan, termasuk produk lokal berkualitas tinggi dan budaya yang beragam. Persepsi yang salah tentang dari mana produk jeruk desa ini berasal mengindikasikan bahwa inisiatif rebranding diperlukan untuk meningkatkan reputasi desa. Ada 3 program yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM, yaitu penguatan kualitas produk, peningkatan kualitas pelabelan dan pengemasan, dan diversifikasi pemasaran. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa ada peningkatan penguatan kualitas produk, pelabelan dan pengemasan, serta diversifikasi pemasaran dilakukan secara digital marketing [7]. Tujuan dari kegiatan pada pengabdian ini adalah untuk memperkuat brand Forum UMKM Desa Sukoreno dan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola dan mempromosikan produk mereka di platform digital. Hal ini akan membantu mereka mencapai potensi penuh mereka dan menjadi kompetitif dengan produk lain.

2. METODE

Metodologi penelitian artikel jurnal ini menggabungkan studi literatur terkait dengan strategi observasi lapangan. Setelah mengamati masalah desa, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan dan keahlian dalam menggunakan teknologi digital, tim pengabdian memutuskan untuk mengadakan workshop tentang strategi pemasaran untuk mengembangkan identitas dan daya tarik produk untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan penggunaan marketplace Shopee untuk membantu UMKM Desa Sukoreno mengatasi tantangan mereka dalam memasarkan produk UMKM dan bersaing

di pasar yang lebih besar. Pemasaran langsung dapat menjangkau calon pelanggan pada saat yang tepat dan dibaca oleh pelanggan yang lebih memiliki prospek [8].

Workshop pelatihan strategi pemasaran dan pasar Shopee melibatkan sejumlah langkah persiapan, termasuk mengatur dan menentukan tujuan workshop, menilai kebutuhan peserta melalui survei, membuat materi pelatihan yang relevan, memilih narasumber dan fasilitator yang berpengalaman luas, serta membuat pengaturan logistik dan teknis untuk ruang pelatihan, peralatan presentasi, dan akses internet. Untuk menjamin bahwa jumlah peserta sesuai dengan ruang yang tersedia, upaya lebih lanjut dilakukan untuk mempromosikan dan mendaftarkan peserta. Selain itu, dukungan juga diberikan selama pelatihan untuk membantu peserta memahami materi dan memanfaatkan Shopee yang dijelaskan pada metodologi pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Mengadakan Workshop Pelatihan

Pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui sosialisasi dan demonstrasi langsung, yang merupakan kegiatan workshop pelatihan mengenai strategi marketing dan penggunaan marketplace Shopee. Bagian pertama dari proses sosialisasi mencakup proses kerja untuk membuat dan memanfaatkan marketplace Shopee serta teori-teori tentang strategi pemasaran untuk mengembangkan identitas dan daya tarik produk. Setelah mendengarkan informasi yang diberikan oleh fasilitator dan pengabdian berjumlah 5 anggota, para peserta menyaksikan demonstrasi cara membuka akun di marketplace Shopee. Tujuan dari demonstrasi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang cara kerja marketplace Shopee dan proses pembuatan akun. Dalam rangka membantu target kegiatan ini, UMKM Desa Sukoreno, mengembangkan bisnis mereka dan menjangkau pasar yang lebih besar, pelatihan ini bertujuan untuk memanfaatkan teknologi digital untuk mengajarkan para pemilik UMKM ini tentang pemasaran digital dan cara menggunakan *platform e-commerce*.

3. HASIL

MSIB adalah program Magang dan Studi Independen yang diselenggarakan oleh Ditjen Dikti Kemendikbud Ristek, dan saat ini telah mencapai Batch 6. Sehubungan dengan kegiatan MSIB, diselenggarakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata atau KKN. Kegiatan pengabdian masyarakat melalui Kuliah Kerja Nyata (KKN) oleh 4 mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember di Desa Sukoreno, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Desa Sukoreno dikenal sebagai “Desa Pancasila” karena keberagaman agama yang dianut oleh warganya, termasuk Hindu, Katolik, Kristen, Islam, dan aliran Sapta Darma. Desa ini memiliki fasilitas ibadah yang lengkap seperti Masjid, Gereja, Pura, dan Sanggar Candi Busana. Selain itu, desa ini sering menyelenggarakan acara keagamaan dengan antusiasme warga yang saling membantu mempersiapkan hari besar keagamaan, menunjukkan kerukunan dan saling menghormati yang kuat di antara warga desa.



Gambar 2. Pertemuan Pertama Di Balai Desa



Gambar 3. Mengunjungi Kepala Desa Sukoreno



Gambar 4. Mengunjungi Pura Swasty Darm

Pada tahap pertama, mahasiswa diajak oleh warga dan perangkat desa untuk mengunjungi berbagai tempat ibadah di Desa Sukoreno. Ini memberikan wawasan yang mendalam tentang keberagaman dan toleransi yang ada di desa tersebut. Desa Sukoreno juga terkenal dengan produk hasil bumi, terutama buah jeruk yang sering diperjualbelikan di jalan Semboro. Namun, banyak masyarakat Jember yang belum mengetahui bahwa jeruk yang dijual di jalan Semboro sebenarnya berasal dari Desa Sukoreno. Akibatnya, buah jeruk tersebut sering kali dianggap berasal dari Semboro. Untuk mengatasi kesalahpahaman ini, pihak desa berencana melakukan re-branding hasil bumi dan produk dari desa tersebut.



Gambar 5. Mengunjungi Sanggar Candi Busana

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Desa Sukoreno. Pertama, penjualan produk UMKM masih terbatas pada wilayah sekitar desa saja. Produk-produk unggulan seperti kerupuk kulit jeruk, sinom, keripik jamur, keripik pisang, dan keripik tempe memiliki potensi besar untuk dipasarkan lebih luas. Oleh karena itu, UMKM Desa Sukoreno membutuhkan perluasan pemasaran melalui media digital untuk meningkatkan jangkauan

penjualan dan kesadaran masyarakat luas terhadap produk mereka. 10, Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan ada 5 indikator yang digunakan di antaranya kemudahan, efisiensi, harga, fleksibilitas metode pembayaran, dan pelayanan yang baik. Tren belanja online dan digital marketing menjadi peluang produsen untuk menyambut era revolusi industri 4.0. Online shopping atau aktivitas berbelanja online menjadi gaya hidup baru bagi pengguna Internet [10].

Kedua, kurangnya pemahaman UMKM tentang penggunaan platform pasar online seperti Shopee, Lazada, dan lainnya. Hal ini menjadi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Dengan demikian, diperlukan penguatan kapasitas produk UMKM agar dapat bersaing di pasar digital.



Gambar 6. Mengunjungi Dan Berbicara Dengan UMKM Sinom

Untuk menanggapi permasalahan tersebut, pada tahap kedua, mahasiswa KKN Tematik MSIB Universitas Jember mengimplementasikan program kerja yang dapat membantu UMKM Desa Sukoreno. Program ini meliputi pembuatan akun Instagram dan penyelenggaraan workshop tentang penguatan brand dan produk UMKM, yang berfokus pada pemasaran digital. Pemasaran melalui Instagram dipilih karena platform ini menyediakan berbagai fitur yang mempermudah pengusaha dan komunitas desa dalam menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang efektif dan kreatif. Melalui Instagram, dapat dimanfaatkan visual yang menarik melalui foto dan video untuk menampilkan keindahan alam, produk lokal, dan budaya khas desa. Fitur seperti Stories, IGTV, dan Reels memungkinkan pembuatan konten dinamis yang dapat meningkatkan interaksi dengan pengikut. Strategi pemasaran yang saat ini dianggap tepat adalah yang mampu mengadopsi teknologi secara menyeluruh melalui penggunaan

platform media sosial berbayar maupun tidak berbayar [11]. Selain itu, penggunaan hashtag dan lokasi membantu meningkatkan visibilitas dan menjangkau lebih banyak orang yang tertarik dengan apa yang ditawarkan oleh desa ini. Dari hal tersebut, Desa Sukoreno dapat membangun brand awareness yang kuat, menarik wisatawan, dan membuka peluang bisnis baru yang berbasis digital.

Pada tahap selanjutnya, mahasiswa KKN juga membuat video profil desa yang bertujuan untuk meningkatkan citra positif desa di mata masyarakat luas [12], video profil merupakan salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi suatu daerah. Dilihat dari pengertiannya video profil merupakan media informasi yang tepat untuk memperkenalkan potensi daerah, karena mampu menampilkan informasi dengan lebih detail [13] Profil desa dalam bentuk video sangat diperlukan untuk berbagai keperluan, misalnya pemetaan potensi desa, branding desa, sosialisasi program, dan lain sebagainya.

Video ini menampilkan keindahan alam, keragaman budaya, dan potensi desa yang selama ini kurang dikenal oleh masyarakat luar. Media penyebaran informasi secara cepat dapat dilakukan dengan membuat video profil. Video profil merupakan salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, maupun potensi daerah [14]. Proses pembuatan video ini melibatkan kunjungan ke berbagai tempat ibadah dan UMKM di desa untuk mendapatkan bahan yang autentik dan inspiratif. Dalam proses ini, mahasiswa diajak oleh warga beserta perangkat desa untuk mengunjungi serta melihat proses pengolahan di rumah UMKM



Gambar 7. Pembahasan Video Profil Desa Dengan Perangkat Desa

Kegiatan KKN dilanjutkan dengan mahasiswa KKN Tematik MSIB berpartisipasi dalam kegiatan senam pagi dan bazar produk UMKM Desa Sukoreno di Desa Umbulrejo. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk lebih mengenal dan memahami produk-produk lokal yang dihasilkan oleh warga Desa Sukoreno, serta mempromosikan produk-produk tersebut kepada masyarakat luas. Kegiatan senam pagi yang diikuti oleh warga desa menjadi momen untuk membangun kebersamaan dan mempererat hubungan antara mahasiswa KKN dengan masyarakat setempat. Selain itu, bazar produk UMKM menjadi ajang untuk memperkenalkan dan memasarkan produk-produk unggulan Desa Sukoreno [15], sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi dan keunikan produk lokal desa. Partisipasi dalam kegiatan ini juga menunjukkan dukungan nyata mahasiswa KKN terhadap upaya pemberdayaan ekonomi warga desa melalui pengembangan UMKM [16].

Melalui workshop ini, mahasiswa KKN berharap dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya membangun identitas produk yang kuat dan menarik, serta strategi yang efektif untuk bersaing di pasar online. Strategi ini dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk menghasilkan mengoptimalkan penjualan, membangun merek, dan memastikan bisnis yang menguntungkan dan berkelanjutan [17]

Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membantu para UMKM dalam memperluas jangkauan pemasaran produk mereka, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan warga desa. Antusiasme warga desa terhadap workshop ini sangat tinggi. Mereka menunjukkan minat yang besar dalam mempelajari teknik-teknik pemasaran digital dan penggunaan e-commerce. Mahasiswa KKN yakin, dengan semangat dan dukungan yang ada, produk-produk UMKM Desa Sukoreno dapat dikenal lebih luas dan bersaing di pasar yang lebih besar, sekaligus mengangkat nama desa di kancah yang lebih luas [18].

Setelah seluruh kegiatan KKN Tematik MSIB di Desa Sukoreno selesai dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan desa, pada tahap terakhir diadakan pertemuan terakhir di Balai Desa

Sukoreno. Pada pertemuan ini, mahasiswa KKN menyerahkan akun media social. Dipilihnya Instagram sebagai media promosi karena menurut [19] penggunaan Instagram mudah dilakukan dengan mengutamakan tampilan visual sehingga lebih menarik perhatian.

Berikutnya video profil desa, dan akun Shopee untuk UMKM Desa Sukoreno kepada pihak desa. Penyerahan ini menandai berakhirnya kegiatan KKN Tematik MSIB di Desa Sukoreno. Sebagai simbol penghargaan dan kenang-kenangan untuk desa, mahasiswa KKN juga memberikan plakat kepada pihak desa. Momen ini menjadi penting karena tidak hanya menandai penutupan kegiatan, tetapi juga mengakui kolaborasi dan sinergi yang terjalin selama pelaksanaan KKN.



Gambar 8. Penyerahan Akun Media Sosial



Gambar 9. Perhubungan Penyerahan Kenang-Kenangan Vandel Kepada Perangkat Desa

Kerjasama antara mahasiswa KKN Tematik MSIB Universitas Jember dan warga Desa Sukoreno, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember, telah berjalan dengan baik dan menghasilkan berbagai manfaat bagi kedua belah pihak. Pada pertemuan ini, mahasiswa KKN juga berbagi cerita dan pengalaman selama pelaksanaan KKN, serta berdiskusi mengenai

dampak positif yang telah dirasakan oleh warga desa. Mahasiswa KKN berharap semua yang telah dilakukan dapat terus berlanjut dan memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan Desa Sukoreno di masa depan. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi awal dari hubungan yang lebih erat dan berkelanjutan antara Universitas Jember dan Desa Sukoreno, serta membuka peluang kerjasama lebih lanjut yang dapat memberikan manfaat lebih besar bagi warga desa [20].

5. KESIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember di Desa Sukoreno telah memberikan kontribusi signifikan dalam berbagai aspek pengembangan desa. Mahasiswa tidak hanya membantu dalam meningkatkan pemasaran produk UMKM Desa Sukoreno melalui pembuatan akun Instagram dan workshop pemasaran digital, tetapi juga terlibat aktif dalam memperkenalkan produk-produk lokal melalui kegiatan senam pagi dan bazar produk. Saat ini seluruh UMKM pada Desa Sukoreno yang telah mengikuti pelatihan memiliki akun marketplace shoope. Mahasiswa juga membantu desa dalam meningkatkan informasi desa secara detail dan baik melalui video profil desa. Langkah-langkah ini tidak hanya meningkatkan pendapatan UMKM dan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal, tetapi juga mempererat hubungan antara mahasiswa dan masyarakat setempat. Dampaknya terasa dalam peningkatan keberdayaan ekonomi dan promosi positif terhadap kekayaan budaya dan produk unggulan Desa Sukoreno, memperkuat identitas dan daya saing desa dalam skala yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Kami menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, cukup sulit bagi saya untuk menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Ucapan terimakasih disampaikan kepada semua pihak yang terlibat dalam pembuatan artikel ini serta pada Kemendikbudristek. Penulis menyadari dalam penulisan karya tulis ilmiah ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan karya tulis ilmiah ini. Akhir

kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

REFERENSI

- [1] Al Farisi, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73– 84.
- [2] Husaini, A. F. (2017). Pengaruh Modal Kerja , Lama Usaha , Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2), 111–126.
- [3] Afrilia, A M. 2018. Digital Marketing as a Marketing Communication Strategy for "Waroenk OraGeneral" in Increasing the Number of Consumers. *Jurkom: Journal of Communication Research*, 1(1), 147-157.
- [4] Alfina Uswatun Hasanah, Uus Fadia, Rezky Octavian Harmanto Saputro. "Membangun Rumah Maya: Upaya Branding Desa Pancasila Pada Pemuda Sukoreno Kabupaten Jember". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 2 (2020): 121-130.
- [5] Maheswara, A. A. N. G., Setiawina, N. D., & Saskara, I. A. N. (2016). Analisis Faktor-Faktor
- [6] Fadhilah, DA, & Pratiwi, T. (2021). Marketing Strategy for MSME Products Through the Application of Digital Marketing (Case Study of the "Kremes Ubi" Business Group in Cibunar Village, Rancakalong District, Sumedang). *Coopetition: Management Scientific Journal*, XII(1), 17–22.
- [7] Hamidy, F. (2017). Evaluation of Efficacy and User Locus Control of Accounting Database System Technology. *Technoinfo Journal*, 11(2), 38. <https://doi.org/10.33365/jti.v11i2.25>
- [8] Sholikan, S., Susanti, E., & Pratikto, H. (2021). Strategi Penguatan Daya Saing UMKM Dimasa Pandemi COVID-19. *Jurnal Karinov*. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jki/article/view/23711>
- [9] Haryanto, A. (2020). Penyuluhan Pembuatan Video
- [10] Profil Desa Bedoyo. *J. Pengabdian Seni*, 1(1): 4-10.
- [11] Kausar, A., Sutiawan, Y. F., and Rosalina, V. (2015). Perancangan Video Company Profile Kota Serang Dengan Teknik Editing Menggunakan Adobe Premier Pro Cs 5. *J. PROSISKO*, 1(2).
- [12] *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan: "Kelayakan Agroindustri Jeruk di Desa Sukoreno Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember"* (2021)
- [13] Kotler, P. Dan Keller, K.L 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- [14] PPID Jember: "Pembinaan Kader PKK Desa Sukoreno Kecamatan Umbulsari" (2024).
- [15] Sari, A. R., Lidyah, R., & Agusman, Y. (2023). Social Marketing Project Pemasaran Produk Umkm Penjahit Rumahan Melalui Media Sosial Dan Marketplace. *Jurnal Pengabdian* <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jpws/article/view/234>
- [16] Teman Garuda: "Pemerintah Desa Sukoreno Melaksanakan Program Pemberdayaan Kelompok Usaha Bersama Masyarakat untuk Meningkatkan Nilai Tambah Jeruk Siam" (2024)
- [17] Uus Fadia, Rezky Octavian Harmanto Saputro, Alfina Uswatun Hasanah. "Kelayakan Agroindustri Jeruk di Desa Sukoreno Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 (2020): 12-20.
- [18] Saputri, N. A., & Mawardi, F. D. (2022). Pendampingan Pengelolaan Umkm Melalui Digital
- [19] Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. 2017, Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, 1(1), 1-17.
- [20] Riyadi, S., Susilo, D., Sufa, A., & Putranto, T. (2019). Digital Marketing Strategies to Boost Tourism Economy: A Case Study of Atlantis Land Surabaya. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(5), 468–473.