

Peningkatan Kapasitas Karyawan Indy Feryto Wedding Organizer melalui Pelatihan Terintegrasi dengan Metode Diskusi Kelompok

Saptaningsih Sumarmi^{*1}, Sugeng Prihatin², Miranda Basri³, Fadhillah Ummah⁴, Adelia Novita Sari⁵, Tiara⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Hukum, Universitas PGRI Yogyakarta, Indonesia

*e-mail: sapta@upy.ac.id¹, mirandabasri6@gmail.com³, fadhilahumah88@gmail.com⁴, adelianovita576@gmail.com⁵, tiara17pgri@gmail.com⁶

Abstrak

Abstrak Indy Feryto Wedding Organizer, sebuah UMKM di Bantul, Yogyakarta, menghadapi masalah operasional berupa overload kerja musiman, miskordinasi tim, dan pelayanan pelanggan yang kurang optimal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di UMKM tersebut. Metode pelaksanaan meliputi Focus Group Discussion, pelatihan digital marketing, dan pendampingan praktis dalam penataan display butik. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman karyawan terkait platform digital, service excellence, dan kolaborasi tim, serta pengembangan solusi seperti perencanaan shift fleksibel dan strategi pemasaran digital. Dampak bagi mitra mencakup peningkatan kompetensi SDM, efisiensi operasional, dan produktivitas yang lebih seimbang. Rekomendasi meliputi monitoring berkala dan pelatihan lanjutan terkait Customer Relationship Management.

Kata kunci: Digital Marketing, Pelatihan Terintegrasi, Service Excellence, UMKM

Abstract

Abstract Indy Feryto Wedding Organizer, an MSME in Bantul, Yogyakarta, faces operational problems such as seasonal work overload, team miscoordination, and suboptimal customer service. This community service activity aims to increase the human resources capacity in the MSME. The implementation method includes Focus Group Discussion, digital marketing training, and practical assistance arranging boutique displays. The activity results show an increase in employee understanding of digital platforms, service excellence, team collaboration, and the development of solutions such as flexible shift planning and digital marketing strategies. The impact on partners includes increased HR competency, operational efficiency, and more balanced productivity. Recommendations include regular monitoring and further Customer Relationship Management training.

Keywords: Digital Marketing, Integrated Training, MSME, Service Excellence

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin dinamis menuntut setiap perusahaan untuk terus beradaptasi dan meningkatkan efektivitas operasionalnya (Day et al., 2023). Kondisi tersebut dipicu oleh globalisasi, kemajuan teknologi, dan perubahan preferensi konsumen. Tanpa kemampuan beradaptasi, organisasi berisiko tertinggal dalam persaingan, bahkan mengalami *disruption* (Waruwu et al., 2022). Salah satu faktor kunci dalam menghadapi tantangan ini adalah optimalisasi peran Sumber Daya Manusia (SDM) dalam perusahaan. SDM yang kompeten dan terkelola dengan baik tidak hanya mendorong produktivitas, tetapi juga menjadi tulang punggung dalam mencapai tujuan organisasi (Hariroh et al., 2024).

Indy Feryto Wedding Organizer, merupakan UMKM di Jl. KH. Ali Maksum No.470, Palem Sewu, Panggunharjo, Kec. Sewon, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, yang bergerak di bidang jasa wedding organizer dengan konsep *one-stop shopping*. Usaha ini mempekerjakan lebih dari 200 karyawan, dan sebagai pelaku usaha UMKM, sektor usaha ini juga berkontribusi signifikan dalam penyerapan tenaga kerja lokal dan pertumbuhan ekonomi di Bantul (Rumui & Astuti, 2023). Sebagai sektor usaha yang bergerak pada jasa pelayanan, dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen (Cheren & Haryanto, 2022). Selain

pelayanan secara offline, teknologi digital bisa menjadi solusi untuk memberikan pelayanan secara online. Implementasi digital dalam bidang bisnis memiliki peran sangat penting dalam mendukung perkembangan dan kemajuan usaha (Fauzan Natsir et al., 2022).

Berdasarkan observasi dan wawancara tim pengabdian dengan karyawan dan pelaksana lapangan pada Indy Feryto wedding organizer, tim pengabdian menemukan permasalahan terkait pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang belum optimal. Bidang usaha ini memiliki kesibukan pekerjaan yang tidak sama pada setiap musimnya, Dimana ada *peak season*, dan juga *low season*. Selama *peak season* ketika banyak hajat pernikahan terutama pada saat weekend, karyawan sering mengalami kelebihan beban kerja (*overload*). Sementara pada musim sepi, produktivitas menurun karena karyawan cenderung tidak aktif, meskipun terdapat unit usaha lain seperti butik. Miskoordinasi antara tim kreatif (desainer dekorasi, fotografer), tim lapangan (koordinator acara), dan vendor juga sering terjadi, menyebabkan kesalahan konsep atau keterlambatan informasi, seperti perubahan jadwal atau jumlah tamu. Analisis menunjukkan bahwa kurangnya perencanaan shift, alokasi SDM yang tidak proporsional, dan ketergantungan pada tim inti tanpa cadangan menjadi akar permasalahan.

Berdasarkan temuan tersebut, tim pengabdian berdiskusi dengan pemilik Indy Feryto Wedding Organizer dan menyepakati pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Melalui pendekatan partisipatif, tim pengabdian berkolaborasi dengan manajemen dan karyawan Indy Ferito WO untuk mengidentifikasi tantangan, merancang program peningkatan kompetensi, serta mengimplementasikan sistem evaluasi kinerja yang berkelanjutan. Harapannya, melalui intervensi ini, perusahaan dapat mencapai efisiensi operasional, peningkatan motivasi kerja, dan pertumbuhan bisnis yang lebih stabil. Kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas SDM melalui pendampingan, pelatihan, dan penyusunan strategi pengelolaan SDM yang efektif, guna mencapai efisiensi operasional, peningkatan motivasi kerja, dan pertumbuhan bisnis yang stabil.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh tim pengabdian melalui serangkaian tahapan yang terstruktur untuk mendukung peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) di Indy Feryto Wedding Organizer. Berikut adalah rincian pelaksanaan kegiatan, termasuk lokasi, waktu, jumlah peserta, tahapan, dan instrumen evaluasi. Pada tahapan pertama, ketua pengabdian melakukan pra survey ke lokasi pada tanggal 25 Juli 2024 untuk menemukan analisis situasi. Pada kegiatan ini, tim pengabdian bertemu dengan pemilik perusahaan sekaligus untuk meminta izin melakukan kegiatan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, disepakati model pengabdian yang akan dilakukan yakni melakukan focus grup discussion, praktik dan pendampingan selama satu bulan setelah berlangsungnya kegiatan.

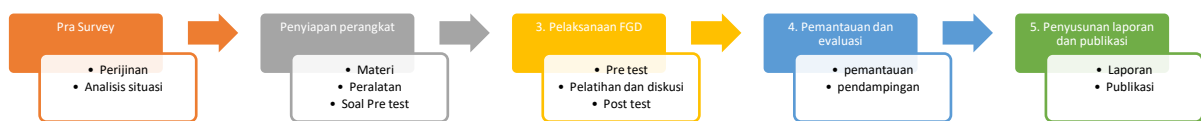
Setelah ditemukan analisis situasi, bersama dengan tim pengabdian melakukan tahapan kedua yakni dengan merancang teknis pelaksanaan, dan melakukan persiapan pelaksanaan kegiatan, termasuk penyiapan peralatan dan bahan untuk pelatihan. Tim pengabdian merancang kegiatan melalui diskusi internal, merujuk pada hasil pra-survei. Tim menyiapkan peralatan seperti proyektor, modul pelatihan, dan alat penataan display butik.

Tahapan ketiga, dilakukan kegiatan FGD yang akan dilaksanakan pada tanggal 5 September 2024, dengan target peserta karyawan Indy Ferito WO, tim manajemen yang sekaligus diadakan pelatihan yang mendukung kinerja karyawan. FGD diharapkan menjadi metode utama yang digunakan dalam pengabdian ini untuk menggali ide-ide strategis, menentukan tema, konten edukasi serta metode penyampaian informasi yang tepat kepada peserta (Sulistiarini et al., 2024). Teknik FGD mencakup brainstorming, analisis SWOT, dan penyusunan rencana aksi. Bersamaan dengan FGD, pelatihan digital marketing (penggunaan media sosial untuk promosi) dan pendampingan praktis (penataan display butik), dengan metode ceramah, simulasi, dan praktik langsung. Parameter keberhasilan FGD dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dilihat dari indikator partisipasi aktif Peserta, dengan melihat tingkat keterlibatan karyawan dalam diskusi, diukur dari jumlah ide atau solusi yang dihasilkan selama sesi FGD. Peningkatan pemahaman dan

kolaborasi, melalui wawancara pasca-FGD atau observasi, keberhasilan dilihat dari peningkatan pemahaman karyawan tentang pentingnya kolaborasi tim dan efisiensi kerja, serta berkurangnya miskoordinasi antar tim.

Tahapan ke empat, tim pengabdian melakukan pemantauan hasil implementasi FGD selama satu bulan. Selama satu bulan pasca-pelatihan (6 September– 05 Oktober 2024), tim pengabdian memantau penerapan hasil FGD dan pelatihan melalui kunjungan mingguan dan wawancara dengan karyawan serta manajer. Pemantauan berfokus pada penggunaan strategi pemasaran digital, efisiensi shift kerja, dan koordinasi tim.

Tahapan terakhir dilakukan dengan menyusun laporan kegiatan pengabdian, dan membuat naskah untuk publikasi kegiatan. Secara lebih detail, tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian tersaji pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat



Gambar 2. Pelaksanaan pra survei untuk analisis situasi

Gambar 2 menggambarkan tim pengabdian melakukan survei ke lokasi pengabdian untuk mendapatkan analisis situasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat di Indy Feryto Wedding Organizer dilaksanakan untuk mengatasi tantangan operasional seperti overload kerja musiman, miskoordinasi tim, dan pelayanan pelanggan yang kurang optimal. Kegiatan Focus Group Discussion dilaksanakan pada tanggal 5 September 2024, pukul 14.00–16.00 WIB, dilanjutkan dengan pelatihan digital marketing, dan pendampingan penataan display butik. Kegiatan ini dihadiri oleh pemilik yaitu Bapak Sugeng Prihatin, M.Pd, dua manajer divisi, dan sepuluh karyawan divisi butik. Pelaksanaan FGD, dipimpin oleh Dr. Saptaningsih Sumarmi, MM sebagai Ketua Pengabdian, yang membahas permasalahan operasional dan membangun pola pikir keterlibatan karyawan melalui konsep simbiosis mutualisme dan organizational citizenship behavior. Pada kegiatan diskusi diberikan edukasi tentang permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan, dan diberikan pemahaman efek

simbiosis mutualisme antara perusahaan dan karyawan. Hal tersebut dilakukan untuk membangun pola pikir keterlibatan karyawan, dan peran ekstra (organizational citizenship behavior) karyawan tanpa adanya perintah dari pimpinan. Peralatan yang digunakan adalah laptop dan LCD Projector, dan anggota tim menyiapkan Google Form untuk presensi kehadiran peserta.

Pada pukul 16.00 – 16.45 wib dilanjutkan pelatihan digital marketing, dipandu oleh Miranda Basri selaku person in charge (PIC), mencakup praktik membuat konten promosi menggunakan alat Canva dan CapCut. Digital marketing memiliki dampak yang besar dalam kegiatan promosi perusahaan, namun biaya yang dikeluarkan sangat rendah (Yim, 2020). Pada gambar 3, menggambarkan bagaimana tim pengabdian memberikan pelatihan tentang digital marketing. Karyawan sangat antusias dalam kegiatan ini, karena melakukan praktik langsung dan terkoneksi dengan internet.



Gambar 3. Pelatihan dan praktik digital marketing

Selain digital marketing, dalam butik peran display untuk memajang koleksi barang memegang peran penting (Alim Tri Bawono et al., 2024). Display barang bertujuan buat menarik calon konsumen serta mendorong cita-cita buat membeli (Arifin, 2021). PIC kegiatan ini adalah Tiara. Didampingi anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian, karyawan dilatih untuk menata etalase barang agar menjadi lebih menarik. Pada sesi ini, mungkin karena karyawan dan tim pengabdian melakukan praktik langsung, suasana lebih komunikatif. Tanpa segan, karyawan berlatih dan bertanya jika mereka mengalami kesulitan dalam praktik. Gambar 4 menunjukkan peserta dan tim pengabdian sangat antusias melakukan praktik membenahi display koleksi butik.



Gambar 4. Penataan pajangan agar lebih menarik

Setelah semua sesi dilaksanakan, tim pengabdi melakukan pemantauan selama satu bulan (6 September–6 Oktober 2024) menunjukkan penerapan strategi seperti perencanaan shift fleksibel dan konten promosi digital. Observasi dan wawancara dengan manajer mencatat penurunan keluhan miskordinasi dan peningkatan aktivitas promosi di media sosial. Gambar 5 menunjukkan penyerahan cinderamata dengan pemilik dan manajemen, yang menandakan rangkaian kegiatan pengabdian sudah selesai dilaksanakan.



Gambar 5. Penyerahan Cindera Mata pada owner

Pengukuran keberhasilan kegiatan, dilaksanakan dengan memberikan pre test dan post test. Pre test diberikan sebelum kegiatan FGD dilaksanakan, dan post test diberikan setelah rangkaian kegiatan berakhir. Skala pengukuran menggunakan skala Likert 1-5, dengan nilai 1 (terendah) dan nilai 5 (tertinggi).

Hasil pre test dan post test tersaji pada tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan jawaban karyawan dalam Pre test dan post test

Pernyataan	Pre test	Post test	Keterangan
Mengenal platform digital yang paling efektif untuk mempromosikan jasa WO	2	5	Meningkat
Mengetahui tools seperti Canva atau CapCut dalam bisnis WO	1	4	Meningkat
Mengetahui service excellence dalam melayani konsumen	2	5	Meningkat
Memberikan feedback untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan	2	5	Meningkat
Mengetahui cara untuk menunjukkan empati kepada pelanggan yang stres menghadapi persiapan pernikahan	3	5	Meningkat

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat jika pemahaman karyawan Indy Ferito wedding organizer tentang materi kegiatan pengabdian pada masyarakat sangat bagus. Hal tersebut diindikasikan dari respon jawaban karyawan, yang dari lima pernyataan, empat pernyataan mendapatkan rerata nilai maksimal yakni 5, dan hanya 1 pernyataan yang mendapatkan nilai empat.

3.2. Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian sebagaimana dipaparkan diatas, sesuai dengan tujuan pengabdian, yaitu meningkatkan kapasitas SDM Indy Feryto WO. Peningkatan skor post-test (rerata 4,8 dari 2,0 pada pre-test) menunjukkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan pemahaman karyawan tentang digital marketing, service excellence, dan empati pelanggan. Khususnya, skor maksimal (5/5) pada empat dari lima pernyataan mencerminkan efektivitas pendekatan praktis dan interaktif. Solusi seperti shift fleksibel dan strategi promosi digital mulai diterapkan, membantu menyeimbangkan produktivitas musiman, sebagaimana diharapkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian dalam jurnal pengabdian masyarakat yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik meningkatkan kompetensi SDM UMKM jasa secara signifikan (Haironi, 2025; Imron et al., 2023).

Partisipasi mitra selama kegiatan sangat positif. Pemilik dan manajer aktif dalam FGD, memberikan masukan tentang kebutuhan operasional. Karyawan menunjukkan antusiasme tinggi, terutama selama sesi praktik digital marketing dan penataan display, dengan banyak bertanya dan mencoba langsung (Gambar 3 dan 4). Suasana komunikatif selama pendampingan butik memperkuat kolaborasi tim, mengatasi miskordinasi sebelumnya. Namun, beberapa karyawan divisi butik awalnya pasif dalam FGD, kemungkinan karena kurangnya pengalaman diskusi formal, tetapi menjadi lebih aktif setelah sesi praktik. Partisipasi aktif ini konsisten dengan temuan dimana pendekatan hands-on meningkatkan keterlibatan karyawan UMKM (Nizar et al., 2024).

Namun demikian, meskipun kegiatan pengabdian pada masyarakat terlaksana dengan lancar, ada tantangan yang dihadapi. Tantangan utama meliputi keterbatasan waktu pelatihan yang membatasi kedalaman materi, terutama untuk digital marketing yang memerlukan latihan berkelanjutan. Beberapa karyawan awalnya kurang familiar dengan teknologi (misalnya, Canva), sehingga memerlukan bimbingan tambahan. Selain itu, jadwal musim puncak pernikahan menyulitkan koordinasi waktu pelatihan, meskipun disiasati dengan sesi sore hari. Tantangan ini serupa dengan yang dilaporkan, di mana UMKM jasa sering menghadapi kendala waktu dan literasi digital dalam pelatihan (Susano, 2024).

Hasil kegiatan ini sejalan dengan studi pengabdian masyarakat yang mengevaluasi pelatihan SDM di UMKM event organizer (Wirata et al., 2024). Studi tersebut menemukan bahwa pelatihan digital marketing dan service excellence meningkatkan kinerja karyawan hingga 80% dalam tiga bulan, mirip dengan peningkatan skor post-test di Indy Feryto. Namun, berbeda dengan studi tersebut yang berfokus pada pelatihan online, kegiatan ini menggunakan pendekatan tatap muka untuk memastikan interaksi langsung, yang lebih efektif untuk karyawan dengan literasi digital rendah. Selain itu, pendampingan penataan display butik memberikan nilai tambah unik, meningkatkan daya tarik visual yang krusial untuk penjualan, sebagaimana dilaporkan dalam jurnal tentang visual merchandising di UMKM (Purbohastuti et al., 2021).

Beberapa temuan kunci yang dibahas adalah:

1. Peningkatan Pemahaman Digital Marketing
 - a. Karyawan awalnya memiliki pemahaman terbatas tentang platform digital (skor pre-test: 2/5), tetapi setelah pelatihan, skor post-test meningkat signifikan (5/5). Hal ini menunjukkan efektivitas pelatihan dalam membekali karyawan dengan keterampilan promosi berbasis konten (Canva, CapCut) dan strategi pemasaran online.
 - b. Antusiasme peserta selama praktik langsung (Gambar 3) membuktikan bahwa pendekatan *hands-on* lebih efektif daripada teori semata.
2. Service Excellence dan Keterlibatan Karyawan
 - a. Skor pemahaman *service excellence* meningkat dari 2 ke 5, menunjukkan bahwa karyawan kini lebih sadar akan pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
 - b. Materi tentang empati dan feedback pelanggan (Gambar 4) membantu karyawan memahami cara menangani keluhan dan stres calon pelanggan, yang krusial dalam bisnis WO.

3. Penataan Display dan Kolaborasi Tim
 - a. Pelatihan penataan etalase butik (Gambar 4) tidak hanya meningkatkan keterampilan visual merchandising, tetapi juga memicu interaksi lebih intens antara karyawan dan tim pengabdian. Hal ini memperbaiki dinamika kerja tim yang sebelumnya terfragmentasi.
4. Dampak pada Operasional Perusahaan
 - a. Solusi seperti perencanaan shift fleksibel dan *backup* tim diusulkan untuk mengatasi *overload* musiman. Implementasi sistem ini diharapkan dapat menyeimbangkan produktivitas saat *low season* dan *peak season*.
 - b. Digital marketing menjadi strategi berbiaya rendah untuk perluasan pasar (sesuai referensi [9], [10]), sekaligus memanfaatkan waktu *low season* untuk aktivitas promosi.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Indy Feryto Wedding Organizer berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dan mengatasi tantangan operasional. Capaian utama meliputi: (1) peningkatan kompetensi karyawan dalam digital marketing, service excellence, dan kolaborasi tim, ditunjukkan oleh kenaikan skor post-test dari rata-rata 2,0 menjadi 4,8 (skala Likert 1–5); (2) pengembangan solusi praktis seperti perencanaan shift fleksibel dan strategi pemasaran digital untuk mengatasi *overload* kerja musiman dan miskordinasi tim; serta (3) penguatan branding melalui konten digital dan penataan display butik yang lebih menarik.

Indy Feryto Wedding Organizer selaku mitra kegiatan, memperoleh manfaat berupa peningkatan keterampilan karyawan, efisiensi operasional, dan potensi perluasan pasar melalui promosi digital. Penurunan keluhan miskordinasi dan peningkatan aktivitas promosi di media sosial selama pemantauan (September–Oktober 2024) menunjukkan dampak positif terhadap produktivitas dan kualitas pelayanan. Penataan display butik juga meningkatkan daya tarik visual, yang berpotensi menarik lebih banyak pelanggan.

Kegiatan ini berjalan efektif, terutama karena pendekatan partisipatif melalui Focus Group Discussion dan pelatihan praktis yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra. Namun, tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan waktu pelatihan, yang membatasi kedalaman materi, serta literasi digital awal karyawan yang rendah, memerlukan bimbingan intensif. Koordinasi waktu pelatihan juga sulit karena jadwal musim puncak pernikahan, meskipun diatasi dengan sesi sore. Refleksi ini menegaskan pentingnya perencanaan waktu yang lebih fleksibel dan pendekatan bertahap untuk literasi digital.

Saran untuk Keberlanjutan kegiatan, dengan mengadakan pelatihan lanjutan tentang Customer Relationship Management (CRM) pada kuartal pertama 2025, fokus pada analisis data pelanggan untuk personalisasi layanan, dengan durasi minimal tiga sesi, dan memperluas kolaborasi dengan akademisi dan pemerintah daerah (misalnya, Dinas Koperasi dan UMKM Bantul) untuk program pendampingan berkelanjutan, termasuk pelatihan serupa bagi UMKM jasa lain di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alim Tri Bawono, S., Fathurrahman, A., Novi Ninda Ramadanty, A., Pratama, A., Damayanti, S., Habib Wiliyanto, H., Indah Kusdiyani, N., Izzuddin Daffa, F., Shafabill Putri, N., Aziz, A., Dwi Kusumastuti, Y., & Sulistyaningsih, A. (2024). Perancangan Katalog Kerajinan Logam UMKM Tembaga Mewah Sebagai Media Branding dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna*, 5(1), 51–60.
- [2] Arifin, M. S. (2021). Penyuluhan di UKM “Alvia” Produksi Kripik tentang Perizinan dan Display Produk Desa Temenggungan Kecamatan Krejengan Probolinggo. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 1(2), 231–236. <https://doi.org/10.54082/jamsi.71>

- [3] Cheren, & Haryanto, H. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM KuroKoci Meow & Woof. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 1340–1351.
- [4] Day, T. M. W., Widyastuti, S., & Sihite, M. (2023). Pengaruh Internal Kontrol, Organization Behaviour Dan Digitalisasi Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(11), 1079–1093. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i11.1860>
- [5] Fauzan Natsir, Triyadi, T., & Anggraeni, N. K. P. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Sistem Informasi pada UMKM Beladies Laundry Kiloan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 5(1), 53–62. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v5i1.961>
- [6] Haironi, R. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Manajemen Sdm Untuk Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 67–74.
- [7] Hariroh, F. M. R., Aziz, N., Sandi, P. H., Hermiati, N. F., & Aprilia, W. (2024). Peranan Kompetensi Sumber Daya Manusia UMKM dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 2(1), 48–54.
- [8] Imron, F., Wijastuti, S., Eni, I., & ... (2023). Optimalisasi Talenta Melalui Workshop Public Speaking, Content Creator Dan Event Marketing. *Community ...*, 4(1), 164–169. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/12092%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/download/12092/9245>
- [9] Nizar, M., Jamhuri, M., & Rakhmawati, A. (2024). PENGUATAN KAPABILITAS DIGITAL UKM BATIK CANTING KHAS GEMPOL KABUPATEN PASURUAN MELALUI PEMBINAAN DAN PENDAMPINGAN TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL. *Abdi Insani*, 11(3), 755–763.
- [10] Purbohastuti, A. W., Hidayah, A. A., & Lusianingrum, F. P. W. (2021). Pengayaan E-Commerce Visual Merchandising untuk Produk UMKM Ansor Ritel Kabupaten Serang. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 4(4), 1061–1070. https://eprints.untirta.ac.id/7696/%0Ahttps://eprints.untirta.ac.id/7696/1/ArtikelJCES_merged.pdf
- [11] Rumui, E. E., & Astuti, T. D. (2023). Edukasi Dan Pelatihan Pembukuan Sederhana Pada UMKM (Kios Online Di Kota Surabaya Dan Silaundry Di Daerrah Istimewa Yogyakarta). *Community Development Journal*, 4(5), 11322–11327.
- [12] Sulistiarini, E. B., Prihandini, R., Alfian, R., Shofiah, W., & Laili, H. (2024). Strategi Pembentukan Eduwisata Pertanian Ramah Lingkungan melalui Focus Group Discussion (FGD). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 4465–4472.
- [13] Susano, A. (2024). Literasi Digital Pendampingan Digitalisasi Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga. *Edusight Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.69726/edujpm.v1i1.2>
- [14] Waruwu, E., Ndraha, A. B., & Lase, D. (2022). Peluang Dan Tantangan G20 Dalam Transformasi Manajemen Pendidikan Di Era Revolusi Industri 4.0 Dan Civil Society 5.0 Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 7(3), 26–32.
- [15] Wirata, I. N., Citrawati, L. P., Kusumarini, I., & Paramita, R. (2024). Pelatihan Pengelolaan UMKM dalam Penyelenggaraan Event di Desa Panji , Bali. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 5(2008), 153–161. <https://doi.org/10.34013/mp.v5i2.1608>
- [16] Yim, K.-H. (2020). A Study on Digital Marketing Promotion Strategy and Implementation Strategy Implementation Plan of Global SMEs. *Journal of Digital Convergence*, 18(11), 195–205. <https://doi.org/10.14400/JDC.2020.18.11.195>