

## PERANCANGAN KONTEN VIDEO PROMOSI PRODUK UMKM MENGUNAKAN APLIKASI BERBASIS AI

**Khairina Natsir<sup>1</sup>, Nurainun Bangun<sup>2</sup>, Nadia Alodia<sup>3</sup> & Burhan Irsali Rahmat<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email : [khairinan@fe.untar.ac.id](mailto:khairinan@fe.untar.ac.id)

### ABSTRACT

*Creative content on smartphones includes various types of content such as vlogs, video tutorials, product reviews, unboxings, and more. Trends such as the use of smartphones for photography, videography and creative applications are also increasing people's interest in becoming content creators. Apart from that, much educational content is also provided via social media. Therefore, the aim of this community service activity is to provide training, introduce participants and hone their skills in creating and editing videos using smartphone-based applications. The application used in this training is CapCut. In this training, the community service team provided education on the use of CapCut to develop promotional videos. To implement this application, we will utilize technological advances in the social media category as a means of unlimited communication with training participants, in order to educate with presentations that are as interesting as possible, but easy to understand. Examples of implementation include creating promotional videos to introduce MSME products and can be disseminated via appropriate social media such as YouTube, WhatsApp, Instagram or TikTok. Mitra abdimas is an MSME business actor who lives in Kelapadua village, Tangerang. The problem faced by partners is that MSME players do not use videos much to promote their MSME business products. Through community service activities, basic concepts and simple ways to make videos, edit and disseminate them via social media are introduced using the available features. The capabilities obtained can encourage the development of more innovative MSME businesses. This training is carried out face to face or offline at partner locations. Community service activities were carried out at the end of March 2024 to coincide with the fasting month and were attended by around 15 participants.*

**Keywords:** MSMEs; Promotional Video; Marketing, CapCut

### ABSTRAK

Konten kreatif di smartphone mencakup berbagai jenis konten seperti vlog, video tutorial, review produk, unboxing, dan banyak lagi. Tren seperti penggunaan smartphone untuk fotografi, videografi, dan aplikasi kreatif juga meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi pembuat konten. Selain itu, konten edukasi juga banyak diberikan melalui media sosial. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan abdimas ini adalah untuk memberikan pelatihan, memperkenalkan peserta dan mengasah kemampuan mereka dalam pembuatan dan pengeditan video menggunakan aplikasi berbasis smartphone. Aplikasi yang digunakan dalam pelatihan ini adalah *CapCut*. Pada pelatihan ini tim abdimas memberikan edukasi penggunaan *CapCut* untuk mengembangkan video promosi. Untuk mengimplementasikan aplikasi ini, kami akan memanfaatkan kemajuan teknologi pada kategori media sosial sebagai sarana komunikasi tanpa batas dengan peserta pelatihan, guna mendidik dengan penyajian yang semenarik mungkin, namun mudah dipahami. Contoh penerapannya antara lain membuat video promosi untuk memperkenalkan produk UMKM dan dapat disebarluaskan melalui media sosial yang sesuai seperti *YouTube*, *WhatsApp*, *Instagram*, atau *TikTok*. Mitra abdimas adalah pelaku usaha UMKM yang tinggal di desa Kelapadua, Tangerang. Permasalahan yang dihadapi para mitra adalah para pelaku UMKM tersebut belum banyak menggunakan video untuk mempromosikan produk-produk usaha UMKM tersebut. Melalui kegiatan abdimas diperkenalkan konsep dasar dan cara sederhana membuat video, mengedit dan menyebarkan melalui media sosial yang dimiliki dengan menggunakan fitur-fitur yang tersedia. Kemampuan yang diperoleh dapat mendorong pengembangan bisnis UMKM yang lebih inovatif. Pelatihan ini dilakukan secara tatap muka atau *offline* di lokasi mitra. Kegiatan abdimas sudah dilaksanakan pada akhir Maret 2024 bertepatan dengan bulan puasa yang diikuti oleh sekitar 15 peserta.

**Kata kunci:** UMKM; Video Promosi; Marketing, *CapCut*

## 1. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi saat ini, menarik perhatian pelanggan menjadi tantangan yang semakin berat bagi para pelaku usaha di seluruh dunia. Ketika perubahan perilaku konsumen semakin beralih ke ranah digital, pebisnis harus mampu menyesuaikan strategi pemasaran dan komunikasinya agar tetap relevan dan menarik perhatian pelanggan (An'ars et al. 2023). Pelaku ekonomi perlu

berinovasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif agar tetap kompetitif di era digitalisasi (Wardhani & Romas, 2021) (Amarta et al. 2022).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini dapat dipergunakan untuk berbagai keperluan. Beragamnya aplikasi pada smartphone dapat digunakan untuk berkomunikasi masih berkaitan dengan penggunaan aplikasi media sosial dan sangat populer di kalangan masyarakat umum (Wijaya et al., 2023). Bisnis UMKM merupakan sektor yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia yang saat ini harus didukung dengan kemajuan teknologi, misalnya untuk mempromosikan produknya. Karena itu pelaku UMKM harus meningkatkan pengetahuannya dan cara mempromosikan produk dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Selain itu, pemanfaatan teknologi juga dapat mendukung kelancaran komunikasi, kolaborasi, otonomi, dan keterlibatan, sehingga meningkatkan efektivitas pembelajaran aktif dan bermakna, meskipun belum dapat berfungsi secara optimal dalam konteks Ekonomi Indonesia.

Perkembangan teknologi saat ini semakin mudah untuk digunakan karena tersedia di smartphone. Salah satu aplikasi yang tersedia di smartphone dan bermanfaat bagi UMKM adalah aplikasi *CapCut*. *CapCut* dapat digunakan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk membuat konten video yang menarik serta mempromosikan produk dan layanannya secara *online*. Aplikasi *CapCut* merupakan aplikasi edit video berbasis teknologi AI yang dapat diunduh secara gratis. UMKM dapat menggunakan *CapCut* untuk membuat video pendek untuk memamerkan produk dan layanannya.

Mitra pengabdian masyarakat kali ini adalah pelaku usaha UMKM yang berdomisili di Kelurahan Kelapadua, Tangerang. Permasalahan yang dialami oleh mitra adalah para pelaku UMKM ini kurang mahir dalam penguasaan aplikasi membuat dan mengedit video yang saat ini belum dapat diterapkan secara maksimal untuk menunjang *hard skill*. Solusi yang diambil yaitu memberikan materi dalam pembuatan video dan mengedit video promosi untuk meningkatkan keterampilan bagi para peserta dalam guna menuju kepada perkembangan usaha UMKM yang lebih inovatif.

### Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisa situasi dan kondisi di atas, permasalahan utama yang dihadapi oleh komunitas pelaku UMKM selama ini adalah para pelaku UMKM mitra belum sepenuhnya menggunakan dan belum memahami kemahiran aplikasi pembuatan dan editing video promosi untuk memasarkan produk mereka. Solusi yang dipilih adalah dengan memberikan pelatihan pembuatan dan pengeditan video untuk mempromosikan produk.

### Tujuan Kegiatan dan Pemecahan Masalah

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada para mitra UMKM untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra terkait dengan semakin meningkatnya peran IT dan perlunya inovasi di bidang pemasaran UMKM di era digital. Dengan berpartisipasi mitra dapat mengembangkan dan meningkatkan daya saing. Ide dasar penyelesaian tantangan yang dihadapi mitra saat ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 1.**

Masalah Mitra dan Solusi yang Ditawarkan

No	Masalah	Upaya Pemecahan Masalah
1	Pelaku UMKM masih lemah dalam penguasaan teknologi berbasis AI	Memberikan pelatihan terhadap UMKM tentang perancangan konten video promosi menggunakan CamCut yang mempunyai fitur yang lengkap. Per 2022, <i>CapCut</i> adalah
2	Kurangnya kreatifitas dan inovasi dalam mempromosikan produknya tersebut terhadap pemasaran.	

3	Konsumen saat ini masih menggunakan cara-cara konvensional dalam melakukan promosi penjualan	aplikasi pengeditan video yang dapat digunakan untuk membuat konten kreatif dan menarik. Penggunaan CapCut untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat bervariasi tergantung pada jenis usaha dan tujuan pemasaran
4	Konsumen masih lemah dalam mendesain suatu konten digital berupa video untuk tujuan pemasaran produk menggunakan perangkat HP dan Android	

### Peranan Video Promosi di UMKM

Konten video promosi sangat penting untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) karena membawa beberapa manfaat yang dapat meningkatkan visibilitas, daya tarik pelanggan, dan keberhasilan pemasaran secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa alasan mengapa konten video promosi menjadi penting bagi UMKM:

- 1) Meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek. Video memiliki daya tarik visual yang kuat dan dapat dengan cepat menarik perhatian. Dengan membuat konten video promosi, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek mereka di pasar.
- 2) Engagement yang lebih tinggi. Video memiliki potensi untuk meningkatkan tingkat keterlibatan (engagement) dari audiens. Konten video yang menarik dan informatif dapat membuat orang lebih cenderung berinteraksi, memberikan like, komentar, atau bahkan berbagi video tersebut.
- 3) Menjelaskan produk atau layanan lebih baik. Melalui video, UMKM dapat menjelaskan secara visual dan detail tentang produk atau layanan mereka. Ini membantu calon pelanggan memahami cara menggunakan produk atau keunggulan layanan dengan lebih baik.
- 4) Membangun koneksi emosional. Video memiliki kemampuan untuk menciptakan koneksi emosional dengan audiens. Melalui konten video, UMKM dapat membagikan cerita, nilai-nilai perusahaan, dan membuat pelanggan merasa lebih terhubung secara emosional dengan merek tersebut.
- 5) Memperkuat branding. Konten video promosi dapat digunakan untuk memperkuat identitas merek dan citra perusahaan. Desain visual, warna, dan pesan yang konsisten dalam video membantu membangun citra merek yang kuat.
- 6) Meningkatkan konversi. Video dapat meningkatkan tingkat konversi karena dapat memotivasi pelanggan untuk mengambil tindakan, seperti melakukan pembelian atau mendaftar. Video yang meyakinkan dapat membujuk pelanggan potensial untuk mengambil langkah selanjutnya.
- 7) Meningkatkan SEO dan dukungan pemasaran digital. Platform seperti YouTube, Facebook, dan Instagram memberikan preferensi terhadap konten video. Dengan membuat video promosi, UMKM dapat memanfaatkan algoritma pencarian dan meningkatkan peringkat SEO mereka.
- 8) Adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen. Konsumen modern cenderung lebih suka konten visual daripada teks statis. Dengan mengadopsi konten video, UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen dan tetap relevan di pasar.

Dengan demikian, konten video promosi dapat menjadi alat yang kuat untuk membantu UMKM bersaing di pasar, membangun hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan keberhasilan pemasaran secara keseluruhan

### Penggunaan Capcut Untuk Meningkatkan Promosi UMKM

Per 2022, CapCut adalah aplikasi pengeditan video yang dapat digunakan untuk membuat konten kreatif dan menarik. Penggunaan CapCut untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat bervariasi tergantung pada jenis usaha dan tujuan pemasaran. Berikut adalah beberapa cara penggunaan CapCut untuk mendukung UMKM:

- 1) Pembuatan konten promosi. UMKM dapat menggunakan *CapCut* untuk membuat video promosi produk atau layanan mereka. Dengan fitur pengeditan yang lengkap, Anda dapat menambahkan teks, musik, efek visual, dan transisi untuk membuat video yang menarik perhatian.
- 2) Demonstrasi produk. Jelaskan penggunaan produk atau layanan UMKM melalui video tutorial atau demonstrasi. *CapCut* memungkinkan Anda untuk memotong dan menyusun klip dengan mudah, sehingga Anda dapat memberikan pandangan yang jelas tentang bagaimana produk atau layanan dapat digunakan.
- 3) Testimoni pelanggan. Kumpulkan testimonial dari pelanggan dan buat video testimoni. *CapCut* dapat membantu Anda menyusun klip testimoni dengan cara yang menarik, sehingga dapat memberikan kesan positif kepada calon pelanggan.
- 4) Promosi acara atau penawaran khusus. Jika UMKM memiliki acara khusus atau penawaran spesial, gunakan *CapCut* untuk membuat video promosi yang menarik. Tambahkan elemen desain kreatif dan informasi yang relevan untuk meningkatkan daya tarik.
- 5) Branding dan identitas visual. Gunakan *CapCut* untuk memperkuat branding UMKM. Sesuaikan warna, font, dan elemen desain lainnya agar sesuai dengan identitas visual perusahaan Anda.
- 6) Sosial Media Marketing. *CapCut* menyediakan opsi untuk menghasilkan video dalam format yang sesuai dengan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, atau TikTok. Hal ini memudahkan UMKM untuk berbagi konten secara efektif di berbagai platform.
- 7) Edukasi dan informasi. Jelaskan lebih lanjut tentang produk atau layanan UMKM melalui video edukatif. *CapCut* dapat membantu menyajikan informasi dengan cara yang kreatif dan mudah dimengerti.
- 8) Penting untuk diingat bahwa penggunaan *CapCut* untuk UMKM harus sesuai dengan kebijakan dan nilai merek perusahaan. Selain itu, selalu perhatikan hak cipta dan kebijakan privasi saat menggunakan musik atau konten lainnya dalam video Anda.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode group diskusi melalui pertemuan *offline*, dimana para pelaku UKM diberikan pengetahuan tentang fenomena digital marketing dimana membawa kepada terjadinya perubahan teknik-teknik promosi dan berkembangnya teknologi AI. Cepatnya perkembangan teknologi berdampak kepada berbagai teknik bisnis, tidak terkecuali terhadap UMKM, sehingga UMKM mau tidak mau harus menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi agar tetap mampu bersaing dan skala usahanya dapat berkembang. Kegiatan ini dilakukan secara *offline* dengan meliputi komunikasi dengan mitra mulai dari menyatukan permasalahan dan topik, penyusunan proposal, penyusunan modul, pelaksanaan kegiatan, tahap evaluasi dan monitoring, beserta pelaporan kegiatan.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di alamat kantor pertemuan RW 09, Kelapadua, Jl. Kano Raya no. 1 Tangerang pada pukul 09.00 wib – Selesai. Cara memilih peserta dipercayakan kepada koordinator mitra. Hal ini dikarenakan koordinator mitra lebih mengetahui calon peserta pelatihan yang sudah biasa menggunakan ponsel dan aktif bermedia sosial. Beberapa alat yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain adalah laptop tutor, laptop/handphone peserta pengabdian masyarakat, LCD proyektor, charger, kabel rol, printer, dan alat tulis. Selain memberikan tutorial membuat dan mengedit video, tidak lupa pula tim pengabdian masyarakat mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang dibagikan pada peserta dengan meminta pendapat tentang kepuasan dan saran yang bermanfaat untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat berikutnya.

### Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan dalam 4 Tahapan, yaitu;

- 1) **Tahap Survey.** Pada tahapan ini dilakukan survei dan dialog awal dengan mitra (pelaku UMKM) dan ketua kelompok UMKM setempat. Dialog diinisiasi oleh ketua pelaksana tim pengabdian masyarakat. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh mitra sebagai pelaku UMKM, kemudian dilakukan pendekatan dengan mitra sehingga memperoleh kesepakatan tentang tema yang akan diangkat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.
- 2) **Tahap Persiapan.** Anggota tim pengabdian masyarakat menyiapkan proposal dan mengajukan ke lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat Universitas Tarumanagara, setelah proposal diterima dilanjutkan dengan pelaksanaan. Dalam waktu yang bersamaan dilakukan penyusunan materi yang akan disampaikan pada kegiatan pengabdian nantinya. Selain itu tim juga mempersiapkan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan, misalnya surat kesediaan mitra, absensi peserta, undangan, menyiapkan perangkat lunak yang akan digunakan dalam pelatihan. Kemudian berkoordinasi dengan mitra untuk menentukan tempat kegiatan, waktu pelaksanaan dan durasi kegiatan pelatihan. Pada waktu yang bersamaan koordinator mitra menyeleksi sendiri peserta yang akan mengikuti pelatihan.
- 3) **Tahap Pelaksanaan.** Dilaksanakan setelah proposal pengabdian masyarakat diterima dan waktunya disepakati dengan mitra. Pelaksanaan dilakukan secara tatap muka. Pada tahap pelaksanaan disampaikan materi yang sudah disiapkan, melakukan pretest – post test/pengisian angket, dan diskusi. Kegiatan sudah dilaksanakan pada akhir Maret 2024. Selama kegiatan pelatihan dilakukan aktivitas seperti berikut ini:
  - a) Teknik penyampaian materi dengan menjelaskan mengenai aplikasi editing Video CapCut yang dipergunakan dalam melakukan edit dan buat video menarik.
  - b) Metode Demonstrasi. Digunakan untuk penjelasan dan memperlihatkan video yang dibuat menggunakan aplikasi CapCut dan apa saja fitur menu di aplikasi tersebut yang mendukung pengeditan video kepada peserta pelatihan.
  - c) Metode mengerjakan secara langsung atau Praktik. Pamateri akan memandu langsung peserta membuat video, menyisipkan objek teks, audio dan video transisi, sampai pada selesai menggabung seluruh objek tersebut.
  - d) Metode Bertanya dan Menjawab. Pamateri akan mempersilahkan kepada peserta untuk bertanya yang menjadi kesulitan dalam pelatihan dan akan diberi jawaban secara langsung melalui praktik.
  - e) Pada tahapan akhir dilakukan evaluasi untuk menentukan tingkat keberhasilan pelatihan editing video menggunakan aplikasi smartphone CapCut kepada seluruh peserta melalui penilaian hasil video yang sudah dibuat oleh peserta dan memberikan umpan balik dari pelaksanaan pelatihan ini di akhir acara
- 4) **Tahap Evaluasi dan Pelaporan.** Dilakukan evaluasi kegiatan kemudian disusun laporan kegiatan, pembuatan release, rekam kuesioner dan berkas pendukung lainnya

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kegiatan abdimas yang sudah dilaksanakan, diperoleh hasil dengan rincian sebagai berikut ini:

1. **Situasi Penyelenggaraan Kegiatan Abdimas.** Aktivitas seluruh kegiatan abdimas diselenggarakan tahap-pertahap terhitung sejak awal Januari 2024, yaitu dengan dilaksanakannya kegiatan obeservasi dan dialog dengan mitra beserta kepengurusan RW dilingkungan RW09 Kelapadua . Setelah itu berlanjut dengan terlaksananya kegiatan abdimas pada akhir Maret 2024 mengambil tempat di aula RW09 dengan jumlah partisipasi mitra sebanyak 15 orang. Selama berlangsungnya kegiatan terjadi diskusi. Pada saat

pelatihan terjadi dialog yang intensif dengan peserta, peserta sangat antusias dan cukup aktif disebabkan materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan yang saat ini dirasakan oleh peserta pelatihan. Pelatihan berjalan seru, tertib, dan lancar.

2. **Pencapaian Target Abdimas.** Target dari kegiatan abdimas adalah tersampainya materi pelatihan, minimal peserta mampu melakukan pengeditan video produk secara sederhana untuk tujuan promosi produk UMKM. Dengan adanya penyampaian materi dan contoh, disertai dengan diskusi yang intensif, sesi kuis dan tanya jawab dari tim, dapat terlihat bahwa peserta dapat memahami materi dengan baik dan pemahaman yang cukup meningkat, sehingga target yang sudah dipatok dapat terealisasi dengan baik.
3. **Materi penyuluhan.** Pada kegiatan abdimas ini dilakukan transfer pengetahuan mengenai pokok-pokok membuat video, menyisipkan objek teks, audio dan video transisi, sampai pada selesai menggabung seluruh objek tersebut

### Dokumentasi Kegiatan

Pada gambar berikut ini diperlihatkan suasana ketika pelaksanaan pelatihan dan suasana diskusi yang terjadi di ruang pelatihan

#### Gambar 1.

*Suasana Pelatihan*



### Pembahasan

Telah dilakukan kegiatan abdimas berupa pelatihan untuk mengembangkan video untuk keperluan promosi pemasaran usaha UMKM. Pemasaran memainkan peran penting bagi Usaha UMKM dalam mendapatkan perhatian dan membangun keterlibatan dengan konsumen mereka. Di era digital saat ini, konten video memiliki daya tarik visual yang kuat dan dapat menarik perhatian konsumen lebih cepat dibandingkan teks atau gambar statis. Konsumen cenderung lebih tertarik pada konten interaktif dan informatif yang dapat disampaikan secara efektif melalui video. Dengan menggunakan video, UMKM dapat menampilkan produk dan layanannya secara lebih menarik dan interaktif sehingga meningkatkan minat dan keterlibatan konsumen. Selain itu, pemasaran video sangat efektif dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas. Konten video yang menampilkan testimoni pelanggan, demonstrasi produk, dan kisah di balik layar dapat memberikan sentuhan kemanusiaan yang sulit dicapai dengan media lain. Melihat wajah orang dan mendengar suara mereka membicarakan pengalaman mereka membantu konsumen merasa lebih terhubung dan memercayai merek Anda. Hal ini sangat penting terutama bagi usaha kecil dan menengah, yang perlu bekerja lebih keras untuk membangun reputasi dan kepercayaan di pasar yang kompetitif.

Video juga meningkatkan peluang UMKM ditemukan online melalui SEO (*Search Engine Optimization*). Konten video sering kali diprioritaskan oleh algoritme mesin telusur, dengan platform seperti YouTube menampilkan video di hasil penelusuran Google. Hal ini tidak hanya meningkatkan *visibilitas online* tetapi juga memungkinkan UMKM menjangkau khalayak yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah.

Teknologi modern telah menyediakan fasilitas berupa aplikasi yang memudahkan pembuatan dan distribusi video, sehingga memberikan UMKM alat yang ampuh untuk meningkatkan konversi dan penjualan serta memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan.

#### 4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di kelurahan Kelapadua berjalan cukup lancar, para peserta cukup antusias dan meningkat pemahamannya tentang peranan video promosi. Para peserta dari pelaku UMKM ini ingin segera menyesuaikan dan mengembangkan bisnis yang dijalankan dengan cara membangun promosi yang inovatif. *Step* pertama yang ingin diimplementasikan adalah ingin membuat video promosi yang simpel. Pada tahap berikutnya akan ditingkatkan dengan animasi-animasi video yang lebih canggih

Implikasi dari kegiatan abdimas ini adalah para peserta semakin menyadari bahwa berbisnis di zaman sekarang semakin berat tantangannya. Persaingan semakin ketat. Karena itu pelaku UMKM harus mengerti dengan perubahan dan dinamika yang terjadi pada dunia bisnis melek teknologi, rajin mengikuti dan mengimplementasikan teknologi yang dapat mendorong kepada pertumbuhan bisnisnya. Meningkatnya pengetahuan tentang teknologi pemasaran secara digital akan bermuara pada meningkatnya pertumbuhan usaha UMKM, meningkatkan laba, dan dapat berkompetisi dengan pelaku bisnis sejenis.

#### REFERENSI

- Agustian, N., & Salsabila, U. H. (2021). Peran Teknologi Pendidikan dalam Pembelajaran. *Islamika*, 3(1), 123–133. <https://doi.org/10.36088/islamika.v3i1.1047>
- Ahmadi, F., & Ibda, H. (2019). *Konsep dan aplikasi literasi baru di era revolusi industri 4.0 dan society 5.0*. CV. Pilar Nusantara.
- Amarta, C. D., Wardaya, A., Nugroho, A. V., & Setiawan, P. A. (2022). Strategi Pemasaran Digital dan Kualitas Produk untuk Mendapatkan Pelanggan Setia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2021), 15190–15202.
- An'ars, M. G., Hendrastuty, N., Damayanti, & Putra, A. D. (2023). Perancangan Teks Promosi UMKM Sikop Arrum Batik Menggunakan Program Berbasis AI ChatGPT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, 4(1), 11–18. <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v4i1.109>
- Puterima, L. (2023). Membangun Kepercayaan Online Dan Retensi Pelanggan Dalam Belanja Online. *Journal Management, Business, and Accounting*, 22(3), 464–483.
- Sayuti. (2022). *Cara Mudah Menjadi Anggota UMKM di Kota Tangerang*. Semartara News. <https://semartara.news/cara-mudah-menjadi-anggota-umkm-di-kota-tangerang/>
- Wardhani, A. K., & Romas, A. N. (2021). Analysis of Digital Marketing Strategies in the Covid-19 Pandemic. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 4(1), 29–53. <https://doi.org/10.24071/exero.v4i1.5025>
- Wijaya, V., Sitompul, N., Mulyanto, U. H., & Wahyuni, S. (2023). Pelatihan Editing Video Menggunakan Aplikasi Smartphone CapCut Bagi Ibu-Ibu Gabungan Organisasi Wanita Sambas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, Vol. 4 No.(Juni), 1343–1351. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/980/785>
- Wuryandari, N. E. R., Apriani, A., & Widayati, C. C. (2022). Peningkatan Kompetensi Guru Dalam Penguasaan TIK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ANDHARA)*, 1(2), 44–51.