

Perluasan Pemasaran dan Penjualan Produk Paguyuban Warsamundung Melalui *Digital Marketing* dan Pengembangan Website Komunitas

**Miftachul Mujib¹⁾, Shinta Ratnawati²⁾, Khairul Ikhwan³⁾, Afif Musthafa⁴⁾,
Nadia Syakina⁵⁾, Yunita Setianingsih⁶⁾**

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Tidar

Corresponding email: miftachul.mujib@untidar.ac.id

ABSTRACT

The Warsamundung Disability Association in Magelang Regency has many economically independent members who produce various handicrafts and processed foods. Despite their potential for economic growth, they face several operational challenges. The main challenges include a lack of knowledge about digital marketing, weak managerial skills, and limited access to a wider market. To address these challenges, a community service program was designed to enhance members' capacity by improving their understanding of digital marketing and developing marketing channels for their products. This program aims to improve human resource capacity, expand market access, increase sales turnover, and create more sustainable businesses. The community service method involves surveying partner needs, formulating programs, implementing programs with digital marketing techniques, and developing websites as a promotional and marketing medium. The expected outcome of this community service program is that members of the Warsamundung Disability Association can optimize their economic potential by expanding marketing and increasing product sales.

Keywords: Community Products, Digital Marketing, Disability, E-Commerce, Social Media.

ABSTRAK

Paguyuban Disabilitas Warsamundung di Kabupaten Magelang memiliki banyak anggota yang mandiri secara ekonomi dengan menghasilkan berbagai kerajinan tangan dan makanan olahan. Meskipun memiliki potensi ekonomi yang dapat berkembang, mereka menghadapi beberapa kendala dalam operasionalnya. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital, lemahnya keterampilan manajerial, dan terbatasnya akses ke pasar yang lebih luas. Untuk mengatasi ini, program pengabdian dirancang untuk meningkatkan kapasitas anggota melalui peningkatan pemahaman tentang pemasaran digital dan pengembangan media pemasaran produk mereka. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas SDM, memperluas akses pasar, meningkatkan omzet penjualan, serta menciptakan usaha yang lebih berkelanjutan. Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui survei kebutuhan mitra, perumusan program, pelaksanaan program dengan pelatihan teknik *digital marketing* dan pengembangan *website* sebagai media promosi dan pemasaran produk. Capaian yang diharapkan dari program pengabdian ini yaitu anggota Paguyuban Disabilitas Warsamundung dapat mengoptimalkan potensi ekonomi dengan memperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan produknya.

Kata Kunci: Disabilitas, E-Commerce, Media Sosial, Pemasaran Digital, Produk Komunitas

PENDAHULUAN

Paguyuban Disabilitas Warsamundung adalah sebuah komunitas yang terletak di Kabupaten Magelang yang didirikan untuk memberikan ruang pemberdayaan kepada individu-individu dengan disabilitas. Komunitas ini terdiri dari anggota yang memiliki berbagai jenis disabilitas, namun memiliki semangat tinggi untuk berkarya dan memberikan kontribusi pada masyarakat sekitar. Seiring dengan waktu, paguyuban ini telah mengembangkan beberapa produk lokal yang dihasilkan oleh para anggotanya, seperti kerajinan tangan, makanan olahan, dan produk-produk kreatif lainnya. Meskipun memiliki produk yang berpotensi, mereka menghadapi banyak kendala dalam mengakses pasar yang lebih luas.

Sebagai sebuah paguyuban, sebagian besar anggota masih mengandalkan pasar lokal di sekitar wilayah Kabupaten Magelang, yang terbatas pada wisatawan atau masyarakat sekitar. Namun, dengan adanya perkembangan wisata di area Magelang yang menarik perhatian banyak pengunjung, potensi pasar produk lokal ini semakin terbuka. Meskipun demikian, banyak pengelola usaha di paguyuban ini belum memanfaatkan platform digital untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, baik secara nasional maupun internasional. Kondisi ini disebabkan oleh terbatasnya pengetahuan dalam hal pemasaran digital, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki keterampilan di bidang teknologi, serta kurangnya pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan media sosial dan platform-commerce untuk mengoptimalkan penjualan. Akibatnya, banyak produk yang tidak terjual dengan maksimal, dan potensi untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha pun terhambat.

Kondisi anggota Paguyuban Disabilitas Warsamundung yang menekuni usaha dengan skala UMKM memiliki tantangan yang signifikan, terutama dalam pengelolaan usaha dan pemasaran produk. Meskipun potensi produk yang dihasilkan cukup baik, namun kemampuan SDM yang terbatas menjadi kendala utama, terutama dalam hal pemasaran dan penggunaan teknologi. Kondisi ini sama dengan fenomena yang ditemukan dari studi sebelumnya, dimana banyak pengelola UMKM yang masih kesulitan dalam memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka (Mardiah dkk., 2024; Mahadipta dkk., 2024; Zain dkk., 2025). Kondisi ini diperburuk dengan terbatasnya pemahaman tentang manajemen bisnis modern dan pemasaran digital. Di sisi lain, potensi wisata alam di sekitar Magelang yang berkembang, dengan banyaknya pengunjung yang datang, memberikan peluang besar untuk meningkatkan perekonomian lokal. Hal ini membuka kesempatan untuk memperkenalkan produk-produk dari Paguyuban Disabilitas Warsamundung kepada audiens yang lebih luas, baik secara lokal maupun nasional.

Dengan berbagai permasalahan tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tidar melakukan program pengabdian dengan tujuan untuk membantu Paguyuban Disabilitas Warsamundung sebagai mitra kegiatan agar dapat memperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan anggotanya dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital. Dengan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang tepat, diharapkan dapat tercipta keberlanjutan usaha yang lebih baik, peningkatan omset penjualan, dan peningkatan keterampilan SDM dalam bidang manajerial dan pemasaran (Rizal, 2024; Novrianda, dkk., 2023; Purnaningrum, dkk., 2022). Selain itu, pengabdian ini juga bertujuan untuk menciptakan dampak sosial yang positif dengan meningkatkan pemberdayaan masyarakat disabilitas, serta memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas (Rafikayati, 2022; Purnaningrum, dkk., 2022; Mardatillah, dkk., 2024). Diharapkan melalui pengabdian ini, paguyuban disabilitas tidak hanya meningkatkan kapasitas manajerial dan ekonomi mereka, tetapi juga dapat berkontribusi dalam menciptakan ekonomi yang inklusif, di mana produk dari semua lapisan masyarakat dapat berkembang pesat. Dengan tercapainya tujuan ini, diharapkan adanya dampak yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat disabilitas dan lingkungan sekitar. Melalui pengabdian ini juga akan tercapainya beberapa Indikator Kinerja Utama (IKU) seperti, Dosen berkegiatan di luar kampus, dalam bentuk pendampingan dan pelatihan kepada masyarakat disabilitas serta penerapan karya dosen berdampak langsung kepada mitra dan masyarakat, dalam pengembangan kapasitas SDM dan pemasaran digital. Dengan demikian, diharapkan pengabdian ini dapat menciptakan perubahan berkelanjutan, serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat disabilitas di kawasan Magelang.

METODE

Sebelum merumuskan program pengabdian yang sesuai dengan kebutuhan mitra, Tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan survei untuk mengidentifikasi permasalahan urgen yang perlu diselesaikan. Dari hasil wawancara dengan Ketua Paguyuban Warsamundung (tanggal 30 Juni 2025), diperoleh beberapa permasalahan yang dihadapi anggota paguyuban, yaitu:

1. Keterbatasan Pengetahuan Digital: Banyak anggota paguyuban yang merupakan pelaku usaha UMKM belum familiar dengan pemasaran digital, media sosial, dan platform *e-commerce* yang dapat membantu memperluas pasar produk mereka.

2. Kurangnya Keterampilan Manajerial: Pengelolaan usaha yang tidak terstruktur dengan baik menyebabkan rendahnya tingkat keberlanjutan usaha. Hal ini mencakup pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, dan perencanaan bisnis yang masih minim.
3. Akses Terbatas ke Pasar yang Lebih Luas: Produk-produk yang dihasilkan oleh anggota paguyuban ini belum maksimal dalam mencapai pasar yang lebih besar, terutama di luar wilayah lokal. Tanpa adanya pemasaran yang efektif, produk mereka tidak bisa berkembang secara optimal.

Berdasarkan hasil survei tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan perumusan program yang diharapkan dapat menjadi solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Dari hasil kajian Tim Pengabdian kepada Masyarakat, ditentukan beberapa sasaran yang ingin dicapai dari pemberian program diantaranya:

1. Memberikan pelatihan kepada anggota paguyuban mengenai cara memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memasarkan produk mereka.
2. Meningkatkan kemampuan manajerial anggota paguyuban dalam mengelola usaha, mulai dari perencanaan bisnis hingga pengelolaan keuangan yang lebih baik.
3. Meningkatkan akses pasar bagi produk paguyuban, baik di pasar lokal, nasional, maupun internasional, dengan menggunakan pemasaran digital.

Untuk mencapai sasaran program yang telah ditetapkan, Tim Pengabdian kepada Masyarakat kemudian merumuskan solusi praktis yang akan diimplementasikan untuk mengatasi permasalahan tersebut dalam bentuk program yaitu:

1. Pelatihan Pemasaran Digital dan Penguatan Manajerial

Metode yang dilakukan untuk menjalankan program ini yaitu dengan mengundang peserta yang merupakan anggota Paguyuban Warsamundung untuk mendapatkan penyuluhan mengenai cara pemasaran digital dan wawasan tentang penguatan manajerial dalam menjalankan usaha. Dalam pelatihan ini, Tim Pengabdian Masyarakat memberikan materi mengenai cara menggunakan media sosial untuk promosi produk, serta cara memanfaatkan platform *e-commerce* (seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee) untuk menjual produk secara *online*. Selain itu, peserta juga akan diberikan materi tentang pengelolaan usaha, mulai dari pengelolaan keuangan hingga perencanaan bisnis yang lebih matang dan terstruktur.

2. Pengembangan Website Komunitas

Metode yang digunakan adalah fasilitasi pembuatan *website* oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat dan kemudian memberikan tutorial singkat dalam mengelola *website* secara mandiri kedepannya oleh pengurus Paguyuban Warsamundung. Program ini dilakukan dengan mengembangkan *website* yang akan digunakan untuk menjadi etalase produk anggota mitra sekaligus sebagai media pemasaran produk mereka. *Website* ini akan berisi profil paguyuban, katalog produk dan informasi pemesanan produk. Pengembangan *website* dilakukan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan konten informasi dan produk yang dikumpulkan oleh pengurus mitra Paguyuban Warsamundung. Selanjutnya *website* yang sudah dikembangkan akan diserahkan pengelolaannya kepada pengurus paguyuban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pertama berupa Pelatihan Pemasaran Digital dan Penguatan Manajerial dilaksanakan pada tanggal 22 Juli 2025 bertempat di Balai Desa Pakunden, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang. Kegiatan ini menghadirkan kurang lebih 25 anggota Paguyuban Warsamundung. Uraian pelaksanaan meliputi seremoni pembukaan dengan sambutan dari Kepala Desa Pakunden, Ketua Tim Pengabdian kepada Masyarakat dan Ketua Paguyuban Warsamundung. Sesi selanjutnya yaitu penyampaian materi oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat diawali dengan memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran secara digital/*online*. Dalam sesi ini disampaikan materi tentang pentingnya penggunaan berbagai jenis media online dalam strategi pemasaran digital yang inklusif, khususnya untuk produk atau layanan yang ditujukan bagi penyandang disabilitas. Media online yang disebutkan mencakup mesin pencari seperti Google dan Yahoo, portal berita (CNN,

Kumparan, Tribun), media sosial (Instagram, TikTok), aplikasi pesan (WhatsApp), surat elektronik (Gmail, Yahoo Mail), serta platform perdagangan elektronik (*e-commerce*).



Gambar 1. Penyampaian Materi

Peserta juga diberikan pemahaman mengenai media pemasaran digital melalui website sebagai bagian dari *e-commerce*. Website memiliki beberapa keunggulan, seperti kendali penuh atas konten dan desain, profesionalitas dan kredibilitas yang tinggi, kemampuan optimalisasi SEO, fitur yang lebih luas, analisis data pengunjung yang mendalam, tidak terpengaruh perubahan algoritma platform lain, kepemilikan aset digital, dan integrasi dengan berbagai kanal promosi. Namun, website juga memiliki kelemahan, seperti jangkauan awal yang terbatas dibanding media sosial, perlunya upaya ekstra untuk mengarahkan *traffic*, kurangnya interaksi real-time, tidak adanya notifikasi otomatis, kurang sesuai dengan gaya konsumsi konten modern, serta kebutuhan akan foto produk yang berkualitas. Secara keseluruhan, materi ini menekankan pentingnya memanfaatkan berbagai saluran digital dengan pertimbangan kelebihan dan kekurangan masing-masing, terutama dalam rangka menjangkau anggota paguyuban disabilitas secara efektif dan inklusif.

Setelah penyampaian materi dilakukan, Tim Pengabdian kepada Masyarakat memfasilitasi ruang diskusi untuk memberikan kesempatan bagi peserta untuk menyampaikan pertanyaan maupun konsultasi seputar pengelolaan bisnis. Dalam sesi diskusi ini terdapat beberapa pertanyaan yang disampaikan peserta, diantaranya tentang bagaimana penggunaan media sosial untuk pemasaran digital. Tim Pengabdian kepada Masyarakat memberikan penjelasan tentang media sosial apa saja yang dapat digunakan untuk memasarkan produk secara digital dimulai dari media yang familiar dan mudah digunakan. Diantara media sosial yang dapat digunakan yaitu Facebook, TikTok, Instagram bahkan WhatsApp *business*. Tim Pengabdian kepada Masyarakat juga memberikan penjelasan mengenai fitur-fitur yang ada di media sosial tersebut beserta cara penggunaannya.



Gambar 2. Foto Bersama sebagian Peserta

Program kedua berupa Pengembangan Website Komunitas dilakukan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat dalam rentang waktu Bulan Juli-Agustus 2025. Pengembangan teknis *website* dimulai dengan menentukan tema tampilan, menu dan fitur *website* dan berbagai informasi seputar Paguyuban Warasmundung. Untuk mengumpulkan informasi seputar Paguyuban Warsamundung dan informasi produk yang dihasilkan anggota, Tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan wawancara dengan pengurus paguyuban dan menyediakan form pengumpulan data. Form pengumpulan data diberikan melalui Google Form yang berisi pertanyaan seputar nama produk, deskripsi produk, informasi produk, kontak pemesanan produk dan harga produk. Dari data yang telah terkumpul tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat kemudian melakukan penyusunan katalog produk yang berisi puluhan produk anggota. Dalam katalog produk di *website* tersebut juga ditampilkan berbagai detail informasi setiap produk untuk mempermudah calon pembeli untuk menganalisis produk yang mau dibeli. Konten katalog produk anggota Paguyuban Warsamundung yang ditampilkan dalam *website* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Tampilan *Website* Komunitas Warsamundung

Website komunitas Warsamundung dikonsep untuk menjadi etalase produk yang menonjolkan peran kemandirian difabel, oleh karena itu alamat URL *website* diberi nama produkdifabel.com. Setelah *website* selesai dikembangkan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat, selanjutnya dilakukan serah terima akun admin pengelola *website* kepada pengurus Paguyuban Warsamundung. Serah terima ini disertai dengan pelatihan singkat kepada calon admin mengenai cara *maintenance website*, *update* konten dan katalog produk, hingga cara *setting* berbagai fitur *website*. Selain itu, pengurus paguyuban juga diajari untuk mengoptimalkan jangkauan kunjungan *website* dengan menggunakan teknik *search engine optimazion* (SEO) sederhana untuk meningkatkan *rating* pencarian produk. Dengan penyerahan akun *website* ini diharapkan akan dapat dikelola secara berkelanjutan dan mampu meningkatkan penjualan produk dari anggota Paguyuban Warsamundung sehingga mendongrak perekonomian mereka.

Untuk mengevaluasi keberhasilan program Pengabdian kepada Masyarakat, tim melakukan analisis sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Program

No.	Program	Indikator Keberhasilan	Status Capaian
1.	Pelatihan Pemasaran Digital dan Penguatan Manajerial	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya kesadaran anggota mitra paguyuban mengenai pentingnya <i>digital marketing</i> Meningkatnya pemahaman anggota mitra paguyuban mengenai pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran produk 	<ul style="list-style-type: none"> Peserta memiliki kemauan untuk mulai mencoba pemasaran produk mereka melalui media sosial Adanya peningkatan pemahaman peserta tentang pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran produk (diamati dari hasil diskusi pasca penyampaian materi)
2.	Pengembangan Website Komunitas	<ul style="list-style-type: none"> Tersedianya <i>website</i> untuk menampilkan produk hasil anggota mitra paguyuban Adanya keberlanjutan pengelolaan <i>website</i> oleh pengurus mitra paguyuban 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Website</i> komunitas Paguyuban Warsamundung telah berhasil dikembangkan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat dengan katalog produk yang tersusun dengan rapi dan cukup lengkap Pengurus paguyuban telah memahami cara pengelolaan <i>website</i> untuk selanjutnya dikelola secara penuh

Berdasarkan hasil analisis ketercapaian indikator keberhasilan tersebut, program Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Tujuan program Pengabdian kepada Masyarakat untuk membantu Paguyuban Disabilitas Warsamundung agar dapat memperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan anggotanya tercapai dengan adanya pelatihan yang diberikan dengan memberikan materi tentang penggunaan teknologi digital. Sebagai tindak lanjut atas pemahaman dan kesadaran anggota Paguyuban Warsamundung untuk menggunakan teknik *digital marketing* dalam memasarkan produknya, Tim Pengabdian kepada Masyarakat memfasilitasi pengembangan *website* komunitas. *Website* yang dikembangkan berisi informasi seputar Paguyuban Warsamundung, katalog produk UMKM dari anggota Paguyuban Warsamundung dan cara pemesanan produk. Dengan dua program tersebut, terbukti mampu membantu perluasan pemasaran produk hasil buatan anggota Paguyuban Warsamundung.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil mengidentifikasi dan mengatasi tantangan pemasaran krusial yang dihadapi oleh Paguyuban Disabilitas Warsamundung. Melalui program Pelatihan Pemasaran Digital dan Penguatan Manajerial dan Pengembangan *Website* Komunitas, program ini secara efektif meningkatkan pemahaman dan kemampuan anggota paguyuban dalam pemasaran digital, pengelolaan manajerial, dan perluasan jangkauan pemasaran produk. Produk-produk kerajinan tangan dan makanan olahan yang dihasilkan oleh komunitas ini, yang sebelumnya kesulitan menembus pasar yang lebih luas, kini memiliki peluang lebih besar untuk diserap secara optimal melalui pemanfaatan platform *e-commerce* dan media sosial. Intervensi ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga secara fundamental berkontribusi

pada penguatan kemandirian ekonomi dan pemberdayaan masyarakat disabilitas di tingkat lokal. Program ini memiliki potensi dampak jangka panjang yang signifikan terhadap peningkatan omset penjualan, perluasan akses pasar, dan keberlanjutan usaha Paguyuban Disabilitas Warsamundung. Peningkatan kapasitas dalam pemasaran digital memberdayakan anggota komunitas dengan keterampilan yang relevan dengan pasar modern, memungkinkan mereka untuk secara mandiri memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan profitabilitas produk di masa depan.

SARAN

Berdasarkan keberhasilan dan potensi program ini, beberapa rekomendasi dapat diajukan untuk pengembangan program Pengabdian kepada Masyarakat lebih lanjut diantaranya:

1. Skalabilitas Program: Model pelatihan dan pendampingan ini sangat direkomendasikan untuk direplikasi dan diskalakan ke komunitas disabilitas lain atau UMKM di wilayah lain yang menghadapi tantangan serupa dalam pemasaran produk.
2. Penelitian Lanjutan: Diperlukan penelitian longitudinal untuk secara komprehensif menilai dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan jangka panjang dari intervensi berbasis komunitas semacam ini, serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi pada keberlanjutan.
3. Pengembangan Kapasitas Lanjutan: Seiring dengan meningkatnya literasi digital dan kecakapan bisnis komunitas, program dapat diperluas untuk mencakup alat digital yang lebih canggih (misalnya, analitik data sederhana, iklan bertarget) atau teknik pemasaran yang lebih kompleks untuk memaksimalkan efektivitas.
4. Kemitraan Strategis: Menjelajahi kemitraan yang lebih luas dengan platform *e-commerce* yang lebih besar, lembaga pemerintah (misalnya, program dukungan UMKM lokal), atau entitas sektor swasta dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan mengamankan saluran distribusi untuk produk komunitas disabilitas.
5. Pembentukan Jaringan Komunitas Disabilitas: Mendorong pembentukan jaringan komunitas disabilitas yang lebih formal di wilayah tersebut dapat memfasilitasi berbagi pengetahuan, pembelian/penjualan massal, dan upaya pemasaran kolektif, menciptakan ekosistem yang lebih kuat untuk ekonomi eksklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Mardiah, dkk. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Digital. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 5 No. 11.1
- Mahadipta, dkk. (2024). Strategi peningkatan kapasitas usaha pada pelaku ekonomi melalui digital marketing. *Journal of Management and Digital Business*, 4(3).
- Mardatillah, dkk. (2024). Pemberdayaan Disabilitas Melalui Inovasi Pemasaran Pada UMKM Inklusi Craft. *Al-Mujtama'e Journal*.
- Novrianda, dkk. (2023). Implementasi Teknologi Pemasaran Digital dalam Peningkatan Penjualan Produk Kelompok Disabilitas di Kota Bengkulu. *Jurnal Universitas Padjadjaran*.
- Permenkop UKM No. 16 Tahun 2018. *Pedoman Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Pemanfaatan Teknologi Digital*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Purnaningrum, dkk. (2022). Peningkatan Profitabilitas Wirausaha Disabilitas di Era Digital dengan Pendampingan Pemasaran Digital. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surabaya*.
- Rafikayati, dkk. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Penyandang Disabilitas di Kota Trenggalek. *SNHRP Proceedings*.

Rizal, Syamsu. (2024). Analisis Pengaruh Digital Marketing Dalam Memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Penyandang Disabilitas di Kota Makassar. *Jurnal Penerbit Daarul Huda*.

Zain, dkk. (2025). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Keamanan dan Pertumbuhan UMKM di Era Transformasi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 15(3), 112-120.