



“Skim: Pengabdian pada Masyarakat”

**PENDAMPINGAN PENINGKATAN NILAI PRODUK DAN
EFISIENSI PEMASARAN PADA KOMUNITAS RUMAH
DIGITAL SIDAKANGEN DI DESA SIDAKANGEN
KECAMATAN KALIMANAH
KABUPATEN PURBALINGGA**

Ramita Kholifaturrohmah¹, Nur Choirul Afif¹ dan Taufik Hidayat²

¹Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

²Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRAK

Rumah Digital Sidakangen (RDS) merupakan sebuah komunitas Pebisnis Online di Purbalingga, Jawa Tengah. Eksistensi RDS sangat besar bagi perekonomian masyarakat sekitar dengan sentra kegiatan yaitu berkolaborasi menjalankan model bisnis online baik barang maupun jasa. Permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan mengenai nilai produk serta efisiensi pemasaran serta fasilitas peralatan yang mendukung hal tersebut. RDS masih membuat tampilan foto maupun video produk dari hp sehingga hasilnya kurang profesional. Juga proses pemasaran yang masih dilakukan secara manual. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah melakukan pendampingan serta memberikan pengetahuan tentang cara meningkatkan nilai produk dan efisiensi pemasaran. Metode pengabdian yang dilakukan yaitu (1) analisis kebutuhan, (2) komunikasi dengan mitra, (3) pendampingan dan pelatihan (4) *follow up* dan (5) evaluasi. Cara meningkatkan nilai produk melalui kualitas hasil gambar produk maupun jasa sedangkan peningkatan efisiensi pemasaran dilakukan melalui pengetahuan dan pelatihan mengenai *tools* untuk meningkatkan proses penjualan di marketplace. Juga hibah peralatan produksi seperti kamera DSLR, aplikasi Qlobot, serta *software* mesin marketplace. Luaran hasil pengabdian diseminarkan melalui seminar nasional yang diselenggarakan oleh LPPM Unsoed serta artikel ilmiah yang diprosidingkan.

Kata Kunci : Rumah Digital Sidakangen, Nilai Produk, Efisiensi Pemasaran, Komunitas Bisnis Online

ABSTRACT

Rumah Digital Sidakangen (RDS) is an online business community in Purbalingga, Central Java. The existence of RDS is substantial for the local economy with the center of activity, namely collaborating to run an online business model for both goods and services. The problem faced is the lack of knowledge about product value and marketing efficiency and equipment facilities that support it. RDS still creates product photos and videos from cellphones, so the results are less professional. Also, the marketing process is still done manually. The purpose of this community service is to provide assistance and provide knowledge on how to increase product value and marketing efficiency. The service methods carried out are (1) needs analysis, (2) communication with partners, (3) mentoring and training (4) follow-up and (5) evaluation. How to increase product value through the quality of product and service images, while increasing marketing efficiency is done through knowledge and training on tools to improve the sales process in the marketplace. Also grants for production equipment such as DSLR cameras, QloBOT applications, and marketplace machine software.



The results of the service be presented in a seminar through a national seminar organized by LPPM Unsoed as well as scientific articles that are being processed.

Keywords: Rumah Digital Sidakangen (RDS), Product Value, Marketing Efficiency, Online Business Community

PENDAHULUAN

Pengguna internet mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berikut hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet sebanyak 196,71 juta jiwa pada kuartal II Tahun 2020, meningkat dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 171.17 juta jiwa.



Sumber: Data survey APJII Tahun 2020

Gambar 1. Data survey APJII tahun 2020

Meningkatnya penggunaan internet juga berdampak pada sektor usaha baik skala kecil, menengah maupun besar. Hampir semua sektor usaha menggunakan internet terutama dalam penjualan dan pemasaran. Meningkatnya internet dan perkembangan teknologi mengubah dunia pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara konvensional menjadi online. Promosi dan penjualan dilakukan melalui media sosial yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun.

Pemasaran yang dilakukan melalui digital dapat memudahkan dalam mendapatkan calon konsumen, membangun kinerja (*performance*) mereka, mempromosikan barang, memelihara hubungan dengan konsumen, serta dapat meningkatkan penjualan sehingga profit secara otomatis juga akan meningkat. Penggunaan media sosial sebagai sarana penggunaan digital marketing perlu dilakukan oleh UMKM. Selain biaya yang relatif murah, pengguna juga tidak harus memiliki keahlian khusus, saat media sosial sudah dianggap mampu meningkatkan jumlah pembeli (Purwana et al., 2017).

Saat ini telah banyak pengguna *digital marketing*, salah satunya komunitas Rumah Digital Sidakangen (RDS). RDS merupakan sebuah komunitas Pebisnis Online yang berada di Jalan Arsadipati Desa Sidakangen RT 03 RW 02, Kecamatan Kalimanah, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Disebut Rumah Digital Sidakangen karena *base camp* nya berada di Desa Sidakangen. RDS ini didirikan oleh Wahyu Pratama dan Basuki Rahmat. RDS ini menaungi beberapa komunitas seperti Rumah Digital Bobotsari, Rumah Digital Blater, Pasar Online Sidakangen serta Pasar Online Kaligondang.



Gambar 2. Profil Mitra

Visi RDS yaitu membangun pusat bisnis online yang berorientasi pada *profit* dan *social oriented*. Beberapa misi yang dijalankan untuk mencapai visinya, diantaranya membangun *team* bisnis online, melakukan sosialisasi tentang ilmu *internet marketing* kepada banyak orang, serta memasyarakatkan internet sebagai media yang positif, dan menghasilkan. Dalam upaya menghasilkan profit, RDS menjalankan model bisnis online baik perdagangan produk maupun jasa. Produk yang dijual berupa produk sendiri maupun *dropship* melalui berbagai *channel* seperti media sosial, *marketplace*, video marketing dan website. Selain produk, RDS juga menawarkan jasa seperti pembuatan website, pengelolaan akun medsos, jasa branding produk, serta jasa foto desain produk. Berikut ditampilkan foto mengenai gambaran usaha produk maupun jasa RDS.



Gambar 3. Usaha jasa



Gambar 4. Usaha produk

Selain *profit oriented*, dalam visi RDS juga berorientasi pada *social oriented*. RDS berupaya meningkatkan nilai sosial melalui peningkatan pengetahuan masyarakat, khususnya Desa Sidakangen diberikan pelatihan mengenai penjualan online yang pada akhirnya menginisiasi terbentuknya Pasar Online Sidakangen (POS). POS ini terdiri dari 110 peserta. RDS juga sering memberikan pelatihan-pelatihan bisnis online secara gratis maupun berbayar. Team RDS menjadi narasumber dalam berbagai kegiatan seperti dalam Program Inovasi Desa di Kabupaten Brebes dan Kabupaten Purbalingga, kegiatan sekolah untuk membuka wawasan tentang wirausaha khususnya dibidang internet kepada siswa-siswi, diundang oleh Dinas Koperasi dan UMKM (DINKOPUMKM) serta Rumah Kreatif BUMN untuk memberikan pelatihan *internet marketing* bagi para pelaku UMKM secara rutin.

Keberadaan RDS juga berdampak pada bidang pendidikan, yaitu dengan perannya sebagai tempat PKL. Melalui link kedekatan RDS dengan pihak SMK Se Purbalingga, RDS mengajukan kerjasama untuk menyediakan tempat PKL (Praktek Kerja Lapangan) atau Prakerin, hal ini disambut dengan sangat antusias oleh pihak SMK. Karena selain memperoleh pengetahuan serta *skill* bagi siswa, juga menjadi solusi bagi sekolah yang masih kesulitan mencari tempat Prakerin. Dengan adanya kegiatan prakerin ini, baik siswa prakerin maupun RDS sama-sama memperoleh manfaat. Siswa memperoleh banyak hal tanpa dipungut biaya, diantaranya ilmu, praktik kerja nyata, serta tumbuhnya jiwa *entrepreneur*. Mulai dari bekal



menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 dimana di era tersebut segala sesuatunya akan terintegrasi dengan digitalisasi. Membaur di RDS sebagai sebuah tim kerja dalam bisnis online. Dilibatkan mulai dari membuat *account*, toko online, membuat *content*, baik artikel maupun video promosi yang tidak hanya teori namun juga praktik. RDS juga berupaya memotivasi belajar siswa dengan mencari ilmu sebanyak-banyaknya untuk mempersiapkan masa depan.

Keberadaan siswa PKL ini pun turut serta meningkatkan perekonomian masyarakat Sidakangen, seperti meningkatnya warung makan, kos-kosan, serta warung jajanan. Nilai sosial yang terbangun ini pada akhirnya pada akhirnya mampu meningkatkan pengetahuan khususnya internet marketing serta perekonomian masyarakat Desa Sidakangen dan sekitarnya. Dukungan bermunculan dari berbagai pihak, salah satunya PEMDES Desa Sidakangen, yang ikut serta membantu fasilitasi sarana prasarana yang dibutuhkan RDS. Karang Taruna Desa juga ikut melibatkan diri dalam kegiatan RDS.

Berdasarkan identifikasi lapangan, ternyata RDS masih menemui beberapa kendala dalam aktivitas usahanya seperti tampilan foto produk maupun video yang masih standar hanya dengan menggunakan HP. Hasilnya menjadi kurang fokus, kurang menarik dan kurang menunjukkan keprofesionalannya. Padahal sejatinya, pemasaran visual ini menjadi faktor penentu dalam penjualan online. Kurniawan (2019) mengungkapkan bahwa *visual marketing* dapat dipergunakan dalam rangka membangun hubungan dan pendekatan emosional dengan para pelanggan secara lebih personal, lebih interaktif, sehingga pada akhirnya akan membantu mengarahkan penjualan. Wardhana (2015) juga menemukan pengaruh strategi *digital marketing* terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya sebesar 78%, yang salah satunya yaitu ketersediaan foto dan video yang mampu memvisualisasikan produk. Berikut ditampilkan hasil foto produk menggunakan hp.



Gambar 5. Foto produk parfum



Gambar 6. Foto produk antiseptik

Kendala berikutnya adalah proses pemasaran yang masih dilakukan secara manual. Proses upload produk di *marketplace* secara manual satu per satu, padahal produk tidak hanya milik sendiri tetapi juga *dropship*. Hal ini tentu sangat menghambat kinerja karena membutuhkan waktu yang lama. Untuk itu perlu adanya *tools* yang bisa *upload* produk sendiri maupun dari *supplier* yang tersinkronisasi dengan perangkat yang digunakan, bisa diakses darimana saja dan kapan saja sehingga bisa lebih efisien.

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan Bapak Wahyu Pratama selaku pendiri Rumah Digital Sidakangen (RDS) yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diketahui beberapa permasalahan yang sedang dihadapi, diantaranya: (1) Pengetahuan mengenai nilai produk yang belum maksimal. Pada pembahasan sebelumnya disampaikan bahwa RDS selama ini membuat tampilan foto maupun video produk dan jasa yang masih standar hanya dengan menggunakan HP. Hasilnya menjadi kurang maksimal. (2) Pengetahuan mengenai cara meningkatkan efisiensi dalam pemasaran. RDS masih menggunakan cara manual dalam memposting produk di *marketplace* baik produk sendiri maupun *dropship*. Hal ini tentu membutuhkan waktu serta tenaga yang lebih besar dibanding menggunakan software yang



otomatis. (3) Belum memiliki berbagai peralatan produksi yang mendukung peningkatan nilai produk dan efisiensi pemasaran seperti kamera DSLR, aplikasi QloBOT, serta *software* mesin *marketplace*. Beberapa peralatan tersebut sangat diperlukan dalam peningkatan nilai produk serta efisiensi pemasaran.

Tujuan dari kegiatan Pengabdian Masyarakat yang berjudul "Peningkatan Nilai Produk Dan Efisiensi Pemasaran Pada Komunitas Rumah Digital Sidakangen" yaitu: (1) memberikan pendampingan serta memberikan pengetahuan mengenai nilai produk dalam pemasaran online; (2) memberikan pengetahuan mengenai cara meningkatkan efisiensi dalam pemasaran; dan (3) meningkatkan nilai produk, volume penjualan dan efisiensi pemasaran melalui hibah peralatan produksi yang belum dimiliki seperti kamera DSLR, aplikasi QloBOT, serta *software* mesin *marketplace*.

METODE PELAKSANAAN

1. Pemecahan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka solusi pemecahan masalah yang diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pendampingan mengenai informasi, pengetahuan serta teknologi yang tepat digunakan untuk meningkatkan suatu nilai produk, salah satunya melalui kualitas hasil gambar produk maupun jasa menggunakan kamera DSLR.
- b. Melakukan pendampingan mengenai informasi, pengetahuan serta teknologi yang tepat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dalam pemasaran, salah satunya melalui *tools* berupa *software* mesin *marketplace* yang mempercepat proses posting penjualan di *marketplace*.
- c. Memberikan bantuan berupa kamera DSLR, aplikasi QloBOT, serta *software* mesin *marketplace*.

2. Khalayak Sasaran

Mitra atau khalayak sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah Rumah Digital Sidakangen (RDS) yang merupakan sebuah komunitas Pebisnis Online yang berada di Jalan Arsadipati Desa Sidakangen RT 03 RW 02, Kecamatan Kalimanah, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Lokasinya berada di dekat Fakultas Teknik Universitas Jenderal Soedirman. Pemilihan mitra didasarkan pada keberadaan mitra yang sangat sinergis dan berorientasi pada upaya menuju kemandirian serta peningkatan perekonomian masyarakat, baik Desa Sidakangen maupun desa lain yang tergabung dalam komunitasnya. RDS ini mampu menjadi inovator bagi perekonomian masyarakat.

3. Metode Pelaksanaan

Metode pendekatan untuk mendukung realisasi program diantaranya:

- a. Analisis kebutuhan
Sebelum disusun proposal, situasi dan kondisi di Rumah Digital Sidakangen disurvei terlebih dahulu untuk melihat permasalahan sehingga bisa dilakukan analisis berdasarkan permasalahan yang nyata. Dari hasil analisis diketahui bahwa RDS masih menggunakan hasil foto maupun video menggunakan HP sehingga tampilan foto ketika dipasarkan dalam *marketplace* kurang menarik dan professional. Juga proses pemasaran yang dilakukan secara manual sehingga kurang efisien.
- b. Komunikasi dengan mitra
Komunikasi dilakukan dengan Mitra yaitu Rumah Digital Sidakangen dan segenap jajarannya agar mendapatkan informasi yang akurat dan lengkap. Komunikasi dilakukan melalui WA, email serta telepon.
- c. Pendampingan dan pelatihan
Setelah mendapatkan cukup data, dilakukan pendampingan serta diberikan pengetahuan mengenai cara meningkatkan nilai produk melalui hasil tampilan foto yang



berkualitas. Juga diberikan pengetahuan tentang cara meningkatkan efisiensi pemasaran online yaitu melalui *tools* yang otomatis.

d. *Follow up*

Team RDS dan anggotanya mampu praktik menggunakan kamera DSLR, aplikasi QloBOT, serta *software* mesin *marketplace* untuk meningkatkan nilai produk dan efisiensi pemasaran online.

e. Evaluasi

Evaluasi penggunaan kamera serta *software*, mencatat kendala yang muncul dalam proses penggunaan. Serta melihat peningkatan penjualan online yang terjadi akibat tampilan foto produk yang berkualitas dan professional. Selain itu juga peningkatan waktu yang lebih cepat dalam proses pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Kebutuhan

ada tahap ini tim pengabdian melakukan analisis kebutuhan dengan melakukan survey mengenai situasi dan kondisi di Rumah Digital Sidakangen. Hal ini dilakukan untuk melihat permasalahan nyata yang terjadi serta kebutuhan utama yang belum terpenuhi. Dari hasil analisis diketahui bahwa RDS masih menggunakan hasil foto maupun video menggunakan HP sehingga tampilan foto ketika dipasarkan dalam *marketplace* kurang menarik dan professional. Juga proses pemasaran yang dilakukan secara manual sehingga kurang efisien.

2. Komunikasi dengan Mitra

Komunikasi dilakukan dengan Mitra yaitu *founder* Rumah Digital Sidakangen dan segenap karyawannya agar mendapatkan informasi yang akurat dan lengkap. Komunikasi dilakukan secara langsung maupun melalui WA, email serta telepon.



Gambar 8. Komunikasi dengan mitra

3. Hibah Peralatan

Setelah melakukan analisis kebutuhan dari RDS, maka tim pengabdian kemudian memberikan hibah peralatan berupa kamera merek Canon EOS 1500 D, mesin *marketplace* dan aplikasi Qlobot. Berikut foto peralatan yang dihibahkan kepada RDS.



Gambar 9. Kamera DSLR



Gambar 10. Hibah peralatan dilakukan oleh segenap tim pengabdian di RDS



Gambar 11. Mesin Marketplace



Gambar 12. Qlobot

4. Pelatihan kepada Pihak RDS

Selain memberikan hibah peralatan, tim pengabdian bersama fotografer melakukan pelatihan teknik fotografi menggunakan kamera DSLR. Hal ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan serta ketrampilan memfoto produk dengan kamera DSLR. Peserta pelatihan berjumlah 30 orang terdiri dari *founder* RDS, karyawan RDS, dan segenap siswa yang sedang magang di RDS.



Gambar 13. Pemaparan dari ketua Tim Pengabdian



Gambar 14. Pemaparan dari anggota Tim Pengabdian



Gambar 15. Pemaparan dari *founder* Rumah Digital Sidakangen



Gambar 16. Pelatihan teknik fotografi bersama fotografer



Gambar 17. Praktik teknik fotografi

5. Implementasi Produk

Berikut implementasi ketiga produk, aplikasi serta *software* yang telah dihibahkan kepada RDS:

a. **Software Qlobot**

Tim RDS dan anggotanya menggunakan *software* Qlobot setiap hari untuk mempermudah pekerjaan. Aplikasi qlobot digunakan untuk proses upload atau memposting produk secara massal sehingga dapat menghemat waktu saat upload atau posting produk yang dijual di *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Hanya dengan sekali klik bisa ratusan produk ter upload dalam hitungan menit. Dengan fitur yang lengkap *software* Qlobot sangat membantu dalam mengelola toko dengan banyak produk. Selain itu, penggunaan *software* ini juga membantu penjual (*seller*) dalam membuat toko online di berbagai macam *marketplace* yang tersedia. Sejauh ini penggunaan *software* Qlobot masih lancar dan dalam proses pembelajaran optimasi.

b. **Software Mesin Marketplace**

Kegunaannya *software* mesin marketplace sama dengan *software* Qlobot yang mana aplikasi ini dapat digunakan untuk memposting produk secara massal. Perbedaannya yaitu *tools* ini digunakan di media promosi pada fitur *marketplace* yang terdapat pada aplikasi media sosial Facebook. Dengan menggunakan *tools* ini pengguna dapat cukup sekali klik saja untuk dapat mengunggah ratusan produk per hari. Selain itu, *tools* ini tentunya dapat mempermudah penjual (*seller*) karena tidak perlu mengisi judul, kategori, harga, deskripsi dan gambar secara berulang kali. Dengan fitur postingan otomatis *tools* ini dapat dengan mudah memposting produk yang sama sesuai data yang telah diisi awal. Sejauh ini penggunaan mesin marketplace yang baru dijalankan sudah cukup baik dan mampu meningkatkan penjualan. Kinerjanya memuaskan untuk program dominasi pencarian produk.

c. **Kamera DSLR**

Kamera DSLR sangat bermanfaat untuk memproduksi foto yang berkualitas. Sehingga dengan hasil foto yang bagus terlihat lebih eksklusif dan terkesan profesional dan juga memberikan nilai lebih pada produk yang dijual secara online. Tim RDS menggunakan kamera tersebut untuk memproduksi foto produk yang dijual sehingga terlihat profesional dan menarik. Hal ini dirasa dapat meningkatkan nilai lebih yang terdapat pada sebuah produk.

6. Evaluasi

Evaluasi penggunaan kamera serta *software*, mencatat kendala yang muncul dalam proses penggunaan. Serta melihat peningkatan penjualan online yang terjadi akibat tampilan foto



produk yang berkualitas dan professional. Selain itu juga peningkatan waktu yang lebih cepat dalam proses pemasaran. Dalam penggunaan produk maupun software, tim RDS menemui beberapa kendala diantaranya:

a. Kendala yang paling sering dirasakan pada penggunaan *software* Qlobot adalah saat terjadi eror dari pihak *developer*. Hal ini disebabkan karena perubahan Algoritma yang ada pada *marketplace*.

b. Kendala pada penggunaan *software* mesin *marketplace* lebih kepada faktor Algoritma dari media pemasaran yang kami gunakan yaitu fitur *marketplace* Facebook. Selain itu juga masih belum maksimal karena spesifikasi komputer saat ini masih sederhana untuk menjalankan mesin tersebut.

c. Kendala pada saat penggunaan kamera DSLR yaitu kadang merasa terlalu ribet karena bentuknya yang besar, berat dan kurang praktis. Selain itu diperlukan teknik khusus fotografi agar hasil foto yang didapat dapat terlihat bagus. Karena memang dalam penggunaan DSLR diperlukan teknik tersendiri dalam penggunaannya. Untuk mengatasi berbagai kendala dalam penggunaan produk maupun software, beberapa yang perlu dilakukan tim RDS diantaranya:

a. Terus mengoptimalkan penggunaan *software* Qlobot dan *software* mesin *marketplace*, harus sering menghubungi *developer* atau produsen ketika terjadi *error*, serta memperbaiki spesifikasi komputer supaya lebih optimal.

b. Untuk meningkatkan kemampuan fotografi dengan kamera DSLR sebaiknya perlu belajar banyak dengan praktisi Fotografi supaya hasil foto semakin baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hibah peralatan telah diterima dan digunakan sebaik mungkin oleh mitra pengabdian yaitu Rumah Digital Sidakangen (RDS). Dalam implementasinya dapat disimpulkan bahwa:

a. Penggunaan *software* Qlobot bagi RDS terbukti mampu mempermudah pekerjaan. Hal ini dikarenakan proses upload atau posting produk dapat dilakukan secara massal sehingga dapat menghemat waktu saat upload atau posting produk yang dijual di *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.

b. Penggunaan *software* mesin *marketplace* dirasa mampu meningkatkan penjualan RDS. Kinerjanya dianggap memuaskan untuk program dominasi pencarian produk.

c. Penggunaan kamera DSLR bagi RDS dirasa dapat meningkatkan nilai lebih yang terdapat pada sebuah produk. Mampu memproduksi foto yang berkualitas. Hasil foto terlihat lebih eksklusif dan terkesan profesional dan juga memberikan nilai lebih pada produk yang dijual secara online.

Saran

Berdasarkan hasil pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian, terdapat beberapa saran untuk keberlanjutan program pengabdian kepada masyarakat ini, diantaranya:

a. RDS perlu melakukan peningkatan kualitas produk maupun efisiensi pemasaran. Berbagai kendala yang ada harus segera diberikan solusi agar tidak menjadi hambatan yang berarti.

b. RDS perlu melakukan peningkatan sumber daya manusia, khususnya berkaitan dengan penggunaan kamera untuk menghasilkan kualitas gambar yang lebih baik. Hasil pelatihan fotografi yang telah diberikan sebaiknya terus dipraktikkan agar lebih meningkatkan kemampuan fotografi dari pengelola RDS.



UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada:

- a. LPPM Unsoed, atas kesempatannya dalam melaksanakan program pengabdian serta bantuan dana pada skim Penerapan Ipteks.
- b. Dekan FEB Unsoed.
- c. Seluruh anggota tim pengabdian.
- d. Founder, pengelola, karyawan dan siswa prakerin di Rumah Digital Sidakangen.
- e. Fotografer
- f. Seluruh pihak yang membantu dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). In Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Principles Of Marketing* Kotler 14th Edition Pearson. Pearson Education Limited, Essex, England.
- Kurniawan, M. P. (2019). Foto Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Online Anggota L3M (Lifelong Learning Mamas) Yogyakarta. 392–397.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.
<https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Said E. Gumbira-dan A. Haritz Intan. 2001. *Manajemen Agribisnis*, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*. <https://apjii.or.id/>