

## Pendampingan dan Sosialisasi Pembuatan Lapak Online Berbasis *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Pendapatan Pedagang Pasar Sunan Drajat Lamongan

**Diterima:**  
28 Nov. 2023  
**Terbit:**  
31 Des. 2023

Suci Yongki Setyowati<sup>1)</sup> Novi Ismiasih<sup>2)</sup> Tito Nur Mustika<sup>3)</sup>  
*Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan, Indonesia*<sup>1)</sup>  
*Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan, Indonesia*<sup>2)</sup>  
*Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan, Indonesia*<sup>3)</sup>

*Email: [suciyongki@gmail.com](mailto:suciyongki@gmail.com)<sup>1</sup>, [noviismiasih@gmail.com](mailto:noviismiasih@gmail.com)<sup>2</sup>, [titonm2003@gmail.com](mailto:titonm2003@gmail.com)<sup>3</sup>*

**Abstract:** Sunan Drajat Lamongan Traditional Market is a market with a relatively large number of traders. This market provides various kinds of needs, from household needs, typical Lamongan souvenirs, and etc. However, along with the rapid development of technology, some traders are experiencing difficulties due to the proliferation of online markets circulating in the trading world. Traders stated that now the profit they get is not what it used to be. This is because consumers prefer to shop through digital marketing (online markets). Therefore, the team of lecturers at the Sunan Drajat Islamic Boarding School Institute held socialization and assistance in the digital marketing sector, especially the creation of online stalls for Sunan Drajat Lamongan market traders. This activity aims to help traders compete in this digital marketing era. Apart from that, this activity also helps traders to improve and expand the marketing reach of their products through creating online stalls. From this activity, 10 traders have received socialization and assistance regarding creating online shop and how to operate them. In the monitoring carried out, the activity of creating online shop was apparently able to increase the income of traders. Within 2 weeks after the operation of the online shop that had been created, majority traders stated that they received additional income from buyers' orders through the online shop. This is in line with the aim of holding this activity.

**Keywords:** Mentoring, Digital Marketing, Online Shop.

**Abstrak.** Pasar Tradisional Sunan Drajat Lamongan merupakan pasar dengan jumlah pedagang yang tergolong besar. Pasar ini menyediakan berbagai macam kebutuhan, mulai kebutuhan rumah tangga, oleh-oleh khas lamongan, souvenir dll. Namun seiring dengan perkembangan teknologi yang melaju sangat pesat, beberapa pedagang mengalami kesulitan akibat maraknya pasar online yang beredar di dunia perdagangan. Para pedagang menyatakan bahwa sekarang omset yang di dapatkan tidak seperti dahulu lagi. Hal ini disebabkan karena para konsumen lebih memilih untuk berbelanja melalui pasar digital/pasar online. Oleh karena itu tim dosen Institut Pesantren Sunan Drajat mengadakan sosialisasi dan pendampingan dalam bidang digital market khususnya pembuatan lapak online bagi para pedagang pasar sunan drajat lamongan. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu para pedagang dalam bersaing di era digital market ini. Selain itu kegiatan ini juga membantu para pedagang untuk meningkatkan dan memperluas jangkauan pemasaran produknya melalui pembuatan lapak online. Dari kegiatan ini sebanyak 10 pedagang telah mendapatkan sosialisasi dan pendampingan tentang pembuatan lapak online serta cara pengoperasiannya. Dalam pemantauan yang dilakukan, kegiatan pembuatan lapak online ini ternyata mampu meningkatkan pendapatan para pedagang. Dalam 2 minggu setelah pengoperasian lapak online yang telah dibuat, mayoritas pedagang menyatakan mendapat tambahan pemasukan dari pesanan pembeli melalui lapak online. Hal ini sejalan dengan tujuan diadakannya kegiatan tersebut.

**Kata Kunci:** Pendampingan, Digital Marketing, Lapak Online.

## Pendahuluan

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan.<sup>1</sup> Dengan adanya perubahan dan perkembangan diperlukan pengetahuan dampak teknologi di segala bidang termasuk bidang pemasaran, yang mana hal ini menjadi tuntutan dasar dalam mengikuti perubahan zaman.<sup>2</sup> Berbagai inovasi terkini muncul dalam dunia pemasaran dan perdagangan. Salah satunya yaitu munculnya era *digital marketing* yang sedang marak dalam dunia perdagangan. Digital marketing menjadi salah satu strategi yang paling banyak diterapkan oleh berbagai perusahaan dalam melakukan promosi di era Revolusi Industri 4.0.<sup>3</sup> Sebab media digital lebih bisa memberikan ruang kepada pembaca agar tidak pasif, tetapi aktif. <sup>4</sup>Hal ini membawa dampak yang kompleks bagi dunia perdagangan.

Jika dilihat dari sisi positifnya, inovasi *digital market* ini lebih mudah, terjangkau, efektif dan efisien dengan umpan balik instan melalui proses interaktif.<sup>5</sup> Selain itu juga menambah jangkauan pemasaran produk bagi penjual, serta menambah pemasukan. Namun jika ditelaah dari sisi lain, terdapat hal-hal negative akibat perkembangan teknologi yang terjadi saat ini. Salah satunya pasar tradisional menjadi terpuruk dan tidak mampu bersaing dengan kemajuan teknologi berbasis *digital market*. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan quality control, kurangnya pengetahuan akan pemasaran, keterbatasan SDM serta kurangnya sosialisasi menambah keterpurukan para pedagang tradisional dalam mengikuti perkembangan teknologi.<sup>6</sup>

Saat ini pemasaran harus dipahami tidak dalam konsep lama yaitu membuat produk kemudian menjualnya. Akan tetapi dalam arti baru yaitu tentang memuaskan kebutuhan pelanggan.<sup>7</sup> Kepuasan pelanggan ini bisa tercapai salah satunya dengan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli produk, yang dapat diwujudkan melalui sebuah lapak online. Digital marketing berupa lapak online dapat menjadi salah satu media promosi dan transaksi bagi para penjual pasar tradisional. Promosi melalui media ini memiliki tujuan yang beraneka ragam antara lain untuk menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggan untuk mencoba produk baru serta meningkatkan pembelian tanpa rencana. <sup>8</sup> Dilatarbelakangi hal tersebut, tim dosen Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan melakukan survei lapangan ke Pasar Tradisional Sunan Drajat Lamongan.

Hasil dari survei menyatakan bahwa mayoritas pedagang mengeluhkan omset mereka yang turun drastis semenjak munculnya berbagai inovasi dalam dunia perdagangan seperti munculnya lapak online yang marak terjadi sekarang ini. Para pedagang mengaku

<sup>1</sup> M.Trio Febriyanto, dkk. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. Jurnal Manajemen Dewantara Vol.1 No.2 Desember (2018), 62.

<http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>

<sup>2</sup> Adrie Charviandi, dkk. *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. Jawa Tengah : Eureka Media Aksara, (2023) 2

<sup>3</sup> Dewi komalasari, dkk. *Buku Ajar Digital Marketing*. Sidoarjo: UMSIDA Press. (2021), 8

<sup>4</sup> Andi Muhyiddin, *Mengoptimalkan Media Digital*, Modul Pelatihan: USAID, (2020), 2

<sup>5</sup> Siska Meilya, dkk. *Penerapan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Makanan Dan Minuman Khas Gresik*. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) (2020) 487

<sup>6</sup> Pramiyanti. *Studi Kelayakan Bisnis Untuk UKM*. Cetakan 1 (Yogyakarta : Media Pressindo, (2008), 3

<sup>7</sup> Ngatno. *Manajemen Pemasaran*. Semarang : EF Press Digimedia. (2021), 7

<sup>8</sup> Arif, Maria, Awan. *Bauran Pemasaran*. Sleman : CV Budi Utama. (2022), 66.

tidak memahami tentang *digital marketing berbasis* lapak online dan cara pengoperasiannya. Oleh karena itu tim dosen Insud Lamongan mengadakan pendampingan dan sosialisasi mengenai Digital Market dan pembuatan lapak online. Hal ini bertujuan untuk membantu para pedagang pasar tradisional sunan drajat lamongan agar dapat bersaing dalam dunia *digital market*, serta diharapkan dapat menambah pendapatan dan memperluas jangkauan pemasaran produk bagi para pedagang pasar tradisional Sunan Drajat Lamongan. Dalam sebuah penelitian menyatakan bahwa strategi digital marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing dalam pemasaran produk.<sup>9</sup>

### Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yaitu sosialisasi, pendampingan pembuatan digital market (lapak online). Teknis pelaksanaan dalam kegiatan ini dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Sosialisasi

Sosialisasi adalah suatu konsep umum yang bisa dimaknakan sebagai proses belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berpikir, bertindak, yang mana menghasilkan sebuah partisipasi social yang efektif.<sup>10</sup> Dalam kegiatan ini sosialisasi dilakukan dengan menggunakan metode langsung dalam bentuk seminar mini<sup>11</sup>. Kegiatan ini dilakukan oleh tim dosen Insud Lamongan secara door to door (satu per satu) kepada pedagang pasar sunan drajat lamongan untuk menginformasikan seputar digital market atau pembuatan lapak online dan bagaimana saja proses dan cara pengoperasiannya dalam dunia perdagangan online.

#### 2. Pendampingan pembuatan lapak online

Kegiatan pendampingan pembuatan lapak online dilakukan langsung oleh tim dosen Insud Lamongan di pasar sunan drajat, Paciran, Lamonga. Peserta pelatihan adalah pedagang pasar sunan drajat, paciran, Lamongan. Model pemberdayaan ini termasuk dalam model berkelanjutan karena mengcover interaksi luas serta cermat meletakkan garis-garis hubungan yang memandu setiap arus dan titik perubahan dalam setiap usaha pemberdayaan masyarakat.<sup>12</sup>

Alat ukur ketercapaian kegiatan ini adalah keterlaksanaan kegiatan pendampingan pembuatan lapak online di pasar sunan drajat paciran lamongan, peningkatan kemampuan dalam pengoperasionalan lapak online, perluasan jangkauan pemasaran barang dagangan para pedagang pasar sunan drajat, peningkatan pendapatan bagi pedagang pasar sunan drajat lamongan. Berikut tahapan dalam pendampingan pembuatan digital market(lapak online) di pasar sunan drajat lamongan:

<sup>9</sup> Adya Utami, Andi Nonong S. *Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol.19 Issue 1.

(2022), 170. DOI :10.29264/jkin.v19i1.10207

<sup>10</sup> Joko suyanto, *Gender dan Sosialisasi*, Jakarta : Nobel Edumedia. (2021),3

<sup>11</sup> Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. *Panduan Sosialisasi Sekolah Rumah*. PP Paud Dan Dikmas Jawa Barat. (2016),13

<sup>12</sup> Sukarman karmuli. *Pendampingan Dn Partisipasi Pemberdayaan Berkelanjutan Untuk Masyarakat Nelayan Pesisir*. Tim Peneliti Universitas Negeri Gorontalo. (2019),7



## Hasil Dan Pembahasan

Pasar sunan drajat lamongan merupakan pasar dengan potensi yang baik. Selain berada di wilayah wisata religi, pasar ini juga dekat dengan pemukiman penduduk. Namun seiring dengan perkembangan teknologi dimana maraknya pembuatan dan pemasaran produk melalui pasar online, pedagang mulai merasakan imbasnya dengan menurunnya pendapatan mereka. Di latar belakang oleh hal tersebut maka tim Dosen INSUD Lamongan mengadakan pendampingan dan sosialisasi terkait pembuatan digital market(lapak online)bagi para pedagang pasar tradisional pasar sunan drajat lamongan.

Kegiatan pendampingan dan sosialisasi ini dilakukan tanggal 28 oktober 2023 sampai dengan 10 November 2023 di ruko- ruko para pedagang tradisional pasar sunan drajat lamongan. Pendampingan dilakukan secara bertahap mulai dari sosialisasi, pendampingan pembuatan lapak online serta pengecekan progress dari pembuatan lapak online.

### 1. Kegiatan 1

Kegiatan pertama yang dilakukan para tim dosen yaitu di awali dengan berkunjung ke tempat pengelola pasar sunan drajat lamongan. Para tim dosen menanyakan keluhan- keluhan yang di alami para pedagang dalam masa sekarang. Hal ini dilakukan untuk membuat langkah penyelesaian untuk permasalahan yang sedang di alami para pedagang. Setelah dilakukan wawancara ke petugas pengelola pasar. Tim dosen INSUD lamongan memutuskan untuk melakukan sosialisasi dan pendampingan terhadap para pedagang di pasar sunan drajat lamongan dalam pembuatan digital market(lapak online).

### 2. Kegiatan 2

Setelah mengetahui permasalahan yang terjadi di pasar sunan drajat lamongan, para tim dosen Insud lamongan menyusun langkah- langkah untuk melakukan sosialisasi kepada para pedagang. Langkah awal yang dilakukan para tim dosen yaitu membuat brosur yang berisi langkah- langkah pembuatan digital

market(lapak online) yang akan di bagikan dan di sosialisasikan kepada para pedagang. Rencana yang di siapkan oleh para tim dosen adalah sebagai berikut :

- a. Membagikan brosur yang berisi langkah-langkah pembuatan digital market(lapak online) kepada para pedagang pasar sunan drajat lamongan
- b. Mengadakan sosialisasi dan pengarahan terhadap brosur yang dibagikan
- c. Mengadakan pendampingan pembuatan digital market(lapak online) kepada para pedagang
- d. Melakukan pengecekan berkala terhadap operasional digital market(lapak online) yang telah dibuat.

### 3. Kegiatan 3

Kegiatan ini merupakan implementasi dari kegiatan 2 bagian perencanaan. Pada tahap ini para tim dosen melakukan kunjungan langsung ke pasar sunan drajat lamongan dan mengadakan sosialisasi serta pendampingan pembuatan digital market(lapak online). Dalam kegiatan ini tim dosen melakukan sosialisasi satu per satu ke ruko-ruko para pedagang, dikarenakan sulitnya mengumpulkan para pedagang ini dalam satu waktu yang sama karena mayoritas para pedagang sedang menunggu ruko mereka. Oleh karena itu, untuk memudahkan jalannya kegiatan tanpa mengganggu aktivitas para pedagang, maka para tim dosen memilih untuk mendatangi satu per satu pedagang.

#### Pertama

Tim dosen melakukan sosialisasi kepada pedagang pasar sunan drajat dengan membagikan brosur. Dari brosur tersebut, diberikanlah sebuah arahan dan penjelasan mengenai langkah-langkah dalam pembuatan digital market(lapak online) melalui salah satu aplikasi e-commerce. E-commerce yang dipilih adalah aplikasi shopee. Berikut langkah-langkah pembuatan lapak online melalui aplikasi shopee:

#### 1. Membuat Akun

- Download aplikasi Shopee di Play Store maupun App Store.
- Buka aplikasi Shopee yang sudah terpasang di HP
- Setelah itu, klik Daftar.
- Masukkan nomor HP yang aktif.
- Masukkan kode captcha dan kode verifikasi.
- Lalu, klik tombol Daftar.
- Cek SMS kode verifikasi.
- Masukkan kode verifikasi tersebut di kolom yang sudah tersedia di aplikasi Shopee.
- Setelah itu, klik Lanjut.
- Masukkan username (sesuai brand toko Anda)
- Masukkan password akun Anda.
- Konfirmasi password di bawahnya.
- Lalu, klik Lanjut.

- Akun Anda sudah siap digunakan.<sup>13</sup>
2. Mengakses Seller Centre  
Jika Anda sudah berhasil mendaftar dan membuat akun Shopee, Anda bisa mengakses Seller Center untuk mulai membuat toko online. Anda bisa mengklik bagian Profil Toko dan melengkapi tampilan toko online Anda
  3. Lengkapi Profil Toko
    - Buka aplikasi Shopee di HP Anda atau akses website Seller Centre Shopee.
    - Pilih menu Saya.
    - Lalu klik opsi Toko Saya.
    - Pilih opsi Asisten Penjual.
    - Lalu, pilih Profil Toko.
    - Setelah itu, Anda perlu melengkapi Nama Toko, Deskripsi Gambar, dan Deskripsi.<sup>14</sup>
    - Jika data yang dibutuhkan sudah diisi dengan lengkap, klik ikon centang yang ada di pojok kanan atas menu.
    -



Gambar 01. Kegiatan sosialisasi digital market(lapak online)

## Kedua

Tim dosen melakukan pendampingan pembuatan lapak online. Dalam pendampingan pembuatan ini, para tim dosen memandu pembuatan dari awal pembuatan akun sampai dengan selesai dan lapak online dapat dioperasikan oleh para pedagang.

<sup>13</sup> Ratih Ika, *Cara Buka Toko Di Shopee untuk Pemula*. Milenomic.2023.

<http://www.google.com/amp/s/www.idxchannel.com/amp/milenomic/cara-buka-toko-di-shopee-untuk-pemula-simak-tutorialnya>

<sup>14</sup> Ibid ,2



Gambar 02. Kegiatan pendampingan pembuatan *digital market*(lapak online)

**Ketiga**

Selama 2 minggu tim dosen melakukan pemantauan terhadap kemajuan pengoperasian lapak online yang telah dibuat serta melakukan pengecekan mengenai peningkatan penjualan yang dilakukan para pedagang pasar sunan drajat melalui media lapak online.



Gambar 03. Hasil penjualan melalui *digital market*(lapak online)

Dari rangkaian kegiatan diatas dapat disimpulkan bahwa indikator keberhasilan dalam kegiatan pendampingan dan sosialisasi pembuatan lapak online yang berbasis digital marketing di pasar tradisional sunan drajat lamongan adalah sebagai berikut :

Aspek yang Diukur	Sebelum	Sesudah	Keterangan
Aspek pengetahuan	kurang	Meningkat	Para pedagang mendapat pengetahuan seputar digital marketing dan cara pembuatan lapak online
Manajemen Pemasaran	kurang	Meningkat	Para pedagang mampu memasarkan produknya melalui lapak online yang telah dibuatnya serta

			mampu melakukan transaksi melalui lapak online
Kreatifitas Usaha	kurang	Meningkat	Para pedagang mampu membuat dan mendesain lapak online serta melakukan promosi melalui lapak online yang telah dibuat
Profit	kurang	Meningkat	Terjadi peningkatan pendapatan para pedagang selama 2 minggu pemantauan

## Penutup

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan pembuatan lapak online berbasis digital marketing oleh tim dosen Insud Lamongan di Pasar Sunan Drajat ini mampu menambah pengetahuan pedagang pasar tentang perdagangan digital yang sedang marak di gemari oleh konsumen. Dengan kegiatan ini pedagang mampu untuk membuat sebuah lapak online dengan harapan mampu bersaing di era digital dan dapat memperluas jangkauan pemasaran produk para pedagang pasar sunan drajat. Proses dalam pendampingan pembuatan lapak online relative berjalan lancar dan sesuai harapan. Antusias dari para pedagang sangat tinggi terhadap kegiatan ini menjadi faktor pendukung program pengabdian ini berjalan lancar. Setelah dilakukan pemantauan selama 2 minggu, ditemukan hasil bahwasanya dengan pembuatan lapak online ini memberikan dampak positif bagi para pedagang pasar tradisional sunan drajat lamongan. Para pedagang mengaku mendapatkan tambahan orderan produk melalui lapak online yang telah dibuat. Dari orderan yang masuk melalui lapak online ini dapat meningkatkan pendapatan para pedagang pasar tradisional sunan drajat lamongan.

Beberapa faktor penghambat dalam kegiatan ini antara lain, kesulitan untuk mengumpulkan para pedagang pasar dalam satu waktu dan tempat yang sama, sehingga mengakibatkan tim dosen harus melaksanakan pendampingan ini secara door to door<sup>15</sup> (satu per satu datang ke kios-kios para pedagang). Dikarenakan kegiatan dilakukan secara door to door maka jumlah pedagang yang mendapatkan pendampingan dalam kegiatan ini terbatas.

## Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada tuhan yang maha kuasa, atas petunjuk dan kehendaknya jurnal ini ada di tangan pembaca. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua kami yang tak lekang menyirami kami dengan cinta dan kasih sayang. Tim dosen insud lamongan (Ibu suci yongki, Ibu Novi Ismiasih, Bapak Tito) yang memberikan waktu dan ilmunya selaku pendamping dan pemateri dalam kegiatan ini. Bapak wiyoto selaku koordinator pasar sunan drajat yang membantu jalannya kegiatan ini. Para pedagang pasar,

<sup>15</sup> Evi,M.Husni,Devi, *Penerapan Metode Door To Door Dalam Pendampingan Gizi Balita Stunting Di Desa Pamotan Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang*, Jurnal Pengabdian Kesehatan Vol 5 No 2, April (2022),113. <http://jpk.jurnal.stikeskendikiutamakudus.ac.id>

bu suhaji, bu suminten, bapak agus dan seluruh pedagang pasar sunan drajat lamongan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu atas partisipasi aktifnya dalam kegiatan pendampingan dan sosialisasi pembuatan lapak online.

## Daftar Pustaka

- Assauri, S. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Edisi. Pertama, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2013.
- Arif, Maria, Awan. *Bauran Pemasaran*. Sleman : CV Budi Utama. 2022.
- Charviandi Adrie, dkk. *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. Jawa Tengah : Eureka Media Aksara, 2023.
- Evi, M. Husni, Devi, *Penerapan Metode Door To Door Dalam Pendampingan Gizi Balita Stunting Di Desa Pamotan Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang*, Jurnal Pengabdian Kesehatan Vol 5 No 2, April (2022). <http://jpk.jurnal.stikeskendikiautamakudus.ac.id>
- Febriyanto M. Trio, dkk. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. Jurnal Manajemen Dewantara Vol.1 No.2 Desember (2018)
- <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Ika Ratih, *Cara Buka Toko Di Shopee untuk Pemula*. Milenomic. (2023). <http://www.google.com/amp/s/www.idxchannel.com/amp/milenomic/cara-buka-toko-di-shopee-untuk-pemula-simak-tutorialnya>
- Karmuli Sukarman. *Pendampingan Dan Partisipasi Pemberdayaan Berkelanjutan Untuk Masyarakat Nelayan Pesisir*. Tim Peneliti Universitas Negeri Gorontalo. 2019.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. *Panduan Sosialisasi Sekolah Rumah*. PP Paud Dan Dikmas Jawa Barat. (2016)
- Komalasari Dewi, dkk. *Buku Ajar Digital Marketing*. Sidoarjo: UMSIDA Press. 2021.
- Meilya Siska, dkk. *Penerapan Strategi Digital Marketing Pada UMKM Makanan Dan Minuman Khas Gresik*. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), 2020.
- Muhyiddin Andi, *Mengoptimalkan Media Digital*, Modul Pelatihan: USAID, 2020.
- Ngatno. *Manajemen Pemasaran*. Semarang : EF Press Digimedia. 2021.
- Pramiyanti. *Studi Kelayakan Bisnis Untuk UKM*. Cetakan 1. Yogyakarta : Media Pressindo, 2008.
- Suyanto Joko, *Gender dan Sosialisasi*, Jakarta : Nobel Edumedia. 2021.
- Utami Adya, Andi Nonong S. *Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol.19 Issue 1. (2022)