

Optimalisasi UMKM Konveksi Melalui Penyuluhan Digital Marketing Dan Peningkatan Kepedulian Status Gizi Anak Desa Pamekaran

Optimization of Pamekaran Village Garment SMEs Through Digital Marketing Training and Increased Awareness of Child Nutritional Status

Muhammad Sugiharto¹, Vera Febrianty², Yurni Fadhillah³, Shalma Putri Rigianty⁴, Sinta Dewi Parida⁵, Pitri Puspita Sari⁶.

^{1, 2, 3, 4, 5, 6.} Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Yurni Fadhillah, email: yurni10121670@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:
Diajukan: 02/01/2025
Diterima: 05/01/2025
Diterbitkan: 31/03/2025

Kata Kunci:
Digital Marketing, MBKM
Membangun Desa, UMKM
Konveksi, Penyuluhan, Stunting.

A B S T R A K

Program MBKM Membangun Desa di Desa Pamekaran, Kecamatan Soreang, Kabupaten Bandung, dilaksanakan dengan fokus pemberdayaan UMKM konveksi melalui penyuluhan digital marketing dan peningkatan kesadaran masyarakat tentang gizi anak serta pencegahan stunting. Observasi menunjukkan UMKM konveksi di desa belum optimal memanfaatkan pemasaran digital, mengakibatkan keterbatasan jangkauan pasar dan kurangnya identitas merek. Selain itu, program ini membantu kegiatan posyandu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pemenuhan gizi anak, yang diharapkan dapat menurunkan potensi peningkatan angka stunting. Metode kualitatif digunakan dalam pelaksanaan program, diawali dengan perencanaan, pengumpulan data awal, pemetaan potensi dan masalah, serta koordinasi dengan pihak desa dan ketua RW. Kegiatan utama meliputi penyuluhan digital marketing door-to-door, pembuatan logo produk bagi UMKM tanpa branding (mencakup pembuatan konten pemasaran, pengelolaan media sosial, dan strategi branding), serta sosialisasi stunting melalui edukasi pola makan sehat dan pentingnya ASI eksklusif di posyandu. Hasil dari program ini adalah meningkatnya pemahaman pelaku UMKM tentang digital marketing dan mulai diterapkan pada media sosial, terbentuknya identitas visual baru bagi beberapa UMKM, serta peningkatan kesadaran masyarakat tentang gizi anak dan pencegahan stunting. Program ini diharapkan dapat direplikasi di desa lain dengan penyesuaian sesuai kebutuhan lokal.

A B S T R A K

Keywords:

Digital Marketing, Child Nutrition,

MBKM Building Villages, MSME Convection, Counseling, Stunting

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

<https://doi.org/10.1016/digiaction>

e – ISSN: 3063-9336

p – ISSN: xxxx-xxxx

The MBKM (Independent Learning Independent Campus) "Building the Village" program in Pamekaran Village, Soreang District, Bandung Regency, was implemented focusing on empowering garment/clothing SMEs (UMKM konveksi) through digital marketing training and increasing community awareness about child nutrition and stunting prevention. Observations revealed that garment SMEs in the village had not optimally utilized digital marketing, resulting in limited market reach and lack of brand identity. Additionally, the program assisted Posyandu (Integrated Health Post) activities to increase public awareness regarding fulfilling child nutrition, with the expectation of lowering the potential increase in stunting rates. A qualitative method was used in the program's implementation, beginning with planning, initial data collection, mapping of potentials and problems, and coordination with village officials and the local neighborhood association (RW) head. Main activities included door-to-door digital marketing training, product logo creation for SMEs without branding (covering marketing content creation, social media management, and branding strategies), and stunting socialization through education on healthy eating patterns and the importance of exclusive breastfeeding at Posyandu. Results of this program included increased understanding among SMEs of digital marketing and its initial application on social media, the creation of new visual identities for some SMEs, and

©2024 DigiAction, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik merupakan proses pembelajaran bagi mahasiswa yang dikembangkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik sangat penting untuk mendorong mahasiswa berpartisipasi aktif dalam melaksanakan program pengabdian masyarakat, yang merupakan satu diantara tiga kewajiban Tri Dharma perguruan Tinggi, yang wajib ditempuh mahasiswa. Salah satu tujuan KKN (Farahdiansari, 2023). Dalam perkembangan kebijakan pendidikan tinggi, program KKN kini bertransformasi menjadi bagian dari kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dengan nama Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) atau dikenal sebagai program MBKM Membangun Desa.

Universitas Teknologi Digital Bandung mendukung penuh program MBKM dengan merancang program MBKM Membangun Desa, yang melibatkan mahasiswa semester VII dari Program Studi S1 Manajemen dan S1 Akuntansi. Program ini bekerja sama dengan Pemerintah Kabupaten Bandung, diharapkan dapat memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan kerja praktis bagi mahasiswa sebelum mereka memasuki dunia kerja yang sesungguhnya. Salah satu desa yang terlibat dalam program ini adalah Desa Pamekaran, yang terletak di Kecamatan Soreang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, yang memiliki 15 RW dan 56 RT. Desa Pamekaran memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor UMKM, khususnya konveksi, yang menjadi salah satu fokus utama dalam program ini.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi terbesar keempat di dunia, menghadapi sejumlah tantangan dalam pengembangan sumber daya manusia (SDM). Salah satu masalah utama yang perlu mendapatkan perhatian adalah stunting. Stunting merupakan kondisi terhambatnya pertumbuhan anak akibat kekurangan gizi pada periode 1.000 Hari Pertama Kehidupan (HPK), yang dapat memengaruhi perkembangan fisik dan kognitif anak dalam jangka panjang. Menurut data dari Kementerian Kesehatan Indonesia, prevalensi stunting pada tahun 2021 masih mencapai sekitar 24,4%, meskipun telah terjadi penurunan signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan pentingnya fokus pada aspek gizi, sanitasi, dan perbaikan pola hidup keluarga di tingkat mikro untuk mengurangi dampak stunting pada generasi yang akan datang. (Pradita, 2021) Selain masalah stunting, Indonesia juga menghadapi fenomena lain yang menarik perhatian dalam sektor ekonomi, yaitu perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menciptakan banyak lapangan pekerjaan. Sebagai ilustrasi, pada tahun 2021, sektor UMKM menyumbang sekitar

61,07% terhadap PDB Indonesia dan menghasilkan lebih dari 97% lapangan kerja di seluruh negeri. Pemerintah Indonesia menyadari peran penting UMKM sebagai pendorong utama ekonomi, dan berbagai program telah diluncurkan untuk mendukung kelangsungan sektor ini. Meskipun UMKM memiliki potensi besar, sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti terbatasnya akses ke pasar dan modal, serta dampak negatif dari ketidakpastian ekonomi yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19, yang semakin memperburuk kondisi usaha kecil (Wahyuningsih, 2021). Oleh karena itu, penting untuk menganalisis lebih lanjut perkembangan UMKM di Indonesia serta faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing dan keberlanjutannya di pasar global.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di sektor konveksi memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam produksi barang tekstil dan pakaian. Meskipun memiliki potensi besar, banyak UMKM konveksi yang belum memaksimalkan pemanfaatan teknologi, terutama dalam bidang pemasaran. Hal ini mengakibatkan terbatasnya kemampuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Salah satu cara untuk mengatasi masalah ini adalah dengan memanfaatkan digital marketing, yang dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan mempererat hubungan dengan pelanggan. (Santoso, 2021). Namun, meskipun potensi digital marketing telah terbukti efektif, banyak pelaku UMKM yang masih kurang memahami cara memanfaatkan teknologi tersebut. Menurut penelitian oleh (Ramadhani, 2022), implementasi digital marketing dalam UMKM masih rendah, terutama di daerah-daerah pedesaan. Pengetahuan yang terbatas dan kurangnya akses terhadap pelatihan menjadi hambatan utama dalam mengoptimalkan penggunaan digital marketing oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu, penyuluhan digital marketing menjadi sangat penting untuk meningkatkan kemampuan UMKM konveksi dalam mengelola usaha mereka di era digital.

Namun, meskipun potensi UMKM konveksi di Desa Pamekaran sangat besar, sebagian besar pelaku usaha di desa ini belum memiliki branding yang kuat, seperti nama brand, logo, dan pemasaran yang optimal. Oleh karena itu, penting untuk melaksanakan program yang berfokus pada pemberdayaan digital marketing dan branding produk. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital, seperti media sosial, email, aplikasi seluler, dan situs web. Tujuannya untuk mengedukasi konsumen dan memberikan informasi melalui sumber digital. Salah satu hal terpenting yang perlu dipahami dalam dunia bisnis saat ini, khususnya di sektor UMKM, adalah inovasi teknologi dalam pemasaran dengan memanfaatkan internet sebagai pemasaran digital. Platform media sosial seperti Facebook sering digunakan untuk aktivitas pemasaran digital. Instagram, WhatsApp, Twitter, dan platform lainnya yang memiliki ciri-ciri tertentu yang memberikan kesempatan kepada pemilik usaha untuk memasarkan atau menjual barang (Harahap, Dewi, & Ningrum, 2021). Salah satu kegiatan utama dalam program ini adalah penyuluhan tentang digital marketing bagi pelaku UMKM di Desa Pamekaran, mencakup pembuatan konten pemasaran, pengelolaan media sosial, dan strategi branding

Selain itu, program ini juga mendukung upaya pencegahan stunting dan peningkatan gizi anak melalui sosialisasi terkait pentingnya gizi yang baik bagi tumbuh kembang anak dan pentingnya ASI eksklusif, di posyandu Desa Pamekaran. Dalam konteks ini, program MBKM Membangun Desa tidak hanya berfokus pada pengembangan ekonomi lokal tetapi juga pada peningkatan kualitas hidup masyarakat, terutama anak-anak, yang merupakan generasi penerus bangsa. Dengan berbagai upaya ini, diharapkan Desa Pamekaran dapat berkembang secara berkelanjutan dan menjadi contoh desa yang mampu mengoptimalkan potensi lokal melalui program-program yang holistik.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengoptimalkan UMKM konveksi dengan meningkatkan pengetahuan pelaku usaha tentang digital marketing melalui penyuluhan yang efektif, dan mulai diterapkan pada media sosial, terbentuknya identitas visual baru bagi beberapa UMKM, sehingga dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik dan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat desa. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap pentingnya peningkatan kesadaran masyarakat tentang gizi anak dan pencegahan stunting. Dari hasil analisis tersebut, penelitian ini berupaya mengedukasi dan membantu UMKM konveksi Desa Pamkeran yang belum memiliki logo brand, pembuatan akun media sosial, terbentuknya identitas visual baru bagi beberapa UMKM, dan kesadaran akan kesehatan anak sejak dini sangatlah penting. Dengan demikian penelitian ini di harapkan dapat dapat memberikan wawasan mengenai efektivitas program MBKM Membangun Desa di Desa Pamekaran.

2. Metode Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis pelaksanaan program *Merdeka Belajar Kampus Merdeka* (MBKM) dalam skema Membangun Desa. Penelitian ini dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan. Lokasi yang dijadikan penelitian MBKM ini bertempat di Desa Pamekaran Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung. Program MBKM ini dilaksanakan pada minggu kedua di bulan November 2024. Yang dimana dilakukan acara pembukaan yang di damping langsung oleh DPL MBKM dari Universitas Teknologi Digital Bandung. Adapun rincian rangkaian dan jadwal kegiatan MBKM sebagai berikut: Table 1 Rincian jadwal kegiatan MBKM

Jenis Kegiatan	Bulan											
	Nov				Des				Jan			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Proses Observasi												
Pelaksanaan Kegiatan & Pengumpulan Data												
Pengelolaan Data												
Penyusunan Hasil												
Penyusunan Laporan												

Melalui kegiatan survei dan observasi yang telah kami lakukan di Desa Pamekaran Kabupaten Soreang, kami memperoleh berbagai informasi, salah satunya ialah bahwa sumber mata pencaharian utama Masyarakat desa tersebut adalah UMKM yang dimana banyaknya pendiri UMKM konveksi. Ada beberapa konveksi yang sudah maju dan merancah di dunia e-commerce dan ada juga UMKM konveksi yang masih belum stabil dalam menggunakan e-commerce karena kurangnya pengetahuan mengenai Digital Marketing. Program MBKM Membangun Desa di Desa Pamekaran, Kecamatan Soreang, Kabupaten Bandung, telah dilaksanakan dengan fokus utama pada pemberdayaan UMKM konveksi melalui penyuluhan tentang digital marketing serta peningkatan kesadaran masyarakat mengenai gizi anak dan pencegahan stunting. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan bahwa masih terdapat UMKM konveksi di desa ini belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal, yang berdampak pada keterbatasan jangkauan pasar dan kurangnya identitas brand. Selain itu, membantu kegiatan posyandu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pemenuhan gizi anak, yang akan mengurangi potensi peningkatan angka stunting di desa tersebut. Metode yang di gunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini yaitu metode kualitatif. Pelaksanaan program ini diawali dengan perencanaan yang mencakup pengumpulan data awal, pemetaan potensi dan permasalahan, serta koordinasi dengan pihak desa dan ketua RW setempat. Kegiatan utama meliputi penyuluhan digital marketing secara door to door untuk UMKM konveksi dan pembuatan logo produk bagi pelaku UMKM yang belum memiliki branding, yang mencakup cara pembuatan konten pemasaran, pengelolaan media sosial, serta strategi branding produk.

Program kerja kedua, kami ikut serta dalam upaya pemerintah Kabupaten Bandung dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai gizi anak dan pencegahan stunting. Pengumpulan jumlah data anak sehat dan jumlah anak stunting melalui metode pendekatan berupa survei dan wawancara. pendistribusian kuesioner dan wawancara secara langsung mengenai karakteristik balita. Tujuan dari kegiatan ini yaitu untuk mendapatkan informasi yang akurat dan tepat tentang jumlah anak sehat dan anak yang terindikasi stunting di Desa Pamekaran. Selain itu kami ikut serta dalam membantu kegiatan posyandu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pemenuhan gizi anak, yang akan mengurangi potensi peningkatan angka stunting di desa tersebut. Metode yang di gunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini yaitu metode kualitatif.

3. Hasil dan Pembahasan

Program kerja yang menjadi acuan kami di desa pamekaran soreang adalah optimalisasi umkm konveksi melalui penyuluhan digital marketing di desa pamekaran dan melakukan sosialisasi stanting. Beberapa kegiatan yang kami lakukan didesa pamekaran.

Dalam upaya meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Desa Pemekaran, tim kami melaksanakan penyuluhan door-to-door yang intensif. Pendekatan ini dipilih karena kami menyadari bahwa setiap pelaku usaha memiliki tantangan dan kebutuhan yang unik. Dengan mendatangi langsung lokasi usaha mereka, kami dapat membangun hubungan yang lebih personal dan memahami secara mendalam permasalahan yang dihadapi. Hasilnya sangat menggembirakan. pelaku UMKM menunjukkan antusiasme yang tinggi dan memberikan respons positif terhadap materi penyuluhan yang kami sampaikan. Mereka merasa terbantu dengan informasi mengenai manajemen usaha, peningkatan kualitas produk, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Interaksi secara langsung ini juga memungkinkan kami untuk memberikan solusi yang lebih tepat sasaran dan disesuaikan dengan kondisi masing-masing usaha. Kami melihat adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM setelah mengikuti penyuluhan ini.



Gambar 1 Penyuluhan Pada UMKM Konveksi

Sebagai bagian dari upaya branding, kami merancang logo yang representatif untuk UMKM yang terlibat. Proses pembuatan logo ini melibatkan diskusi mendalam dengan pelaku usaha untuk memahami visi, misi, dan nilai-nilai usaha mereka. Kami juga melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi tren desain dan preferensi konsumen. Logo yang dihasilkan dirancang dengan memperhatikan elemen-elemen visual seperti warna, dan simbol yang relevan dengan jenis usaha. Kami memastikan bahwa logo tersebut sederhana, mudah diingat, dan fleksibel untuk diterapkan di berbagai media pemasaran. Logo ini tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga sebagai simbol kualitas dan profesionalisme yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.



Gambar 2 Logo UMKM

Untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, kami membantu pelaku UMKM dalam pembuatan dan pengelolaan akun media sosial (seperti Instagram dan Facebook) atau platform e-commerce (seperti Tokopedia dan Shopee). Kami menyadari bahwa kehadiran online sangat penting dalam era digital ini. Kami memberikan pelatihan mengenai cara membuat konten yang menarik dan informatif, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Kami juga membantu dalam mengoptimalkan profil akun dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di platform tersebut. Hasilnya, pelaku UMKM mulai merasakan peningkatan visibilitas produk dan interaksi dengan pelanggan.



Gambar 3 Akun Pemasaran Produk

Setelah selesai melaksanakan program utama kami yaitu optimalisasi umkm konveksi melalui penyuluhan digital marketing kami melanjutkan program kerja yang kedua yaitu sosialisasi stanting kepada ibu-ibu yang hadir pada posyandu yang kami datangi, kami melakukan sosialisasi stanting agar orang tua anak mengetahui apa itu stanting, gizi dan bagaimana cara pencegahannya. Kami juga mendatangi posyandu untuk membantu menimbang dan mengukur anak serta menambah pengetahuan kami mengenai pertumbuhan anak.



Gambar 4 Sosialisasi pencegahan stunting



Gambar 5 Kunjungan Posyandu

Pendataan karakteristik anak di Desa Pamekaran telah dilaksanakan dan yang dapat kami wawancarai sebanyak 6 narasumber dari 10 target narasumber dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kondisi anak-anak di desa tersebut. Hasil pendataan menunjukkan beberapa temuan penting yaitu: Desa Pamekaran memiliki populasi anak yang cukup signifikan, dengan distribusi usia yang beragam, Data menunjukkan adanya variasi dalam latar belakang keluarga, termasuk tingkat pendidikan dan pekerjaan orang tua, Kondisi tempat tinggal dan lingkungan juga bervariasi, dengan beberapa anak tinggal di lingkungan yang padat dan kurang memadai. Pendataan karakteristik anak di Desa Pamekaran memberikan informasi penting untuk memahami kondisi anak-anak di desa tersebut. Data ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan seperti: identifikasi anak-anak yang membutuhkan perhatian khusus, seperti anak-anak dengan gizi buruk, keterlambatan perkembangan, atau masalah kesehatan. Dan data yang di dapat juga membantu mengidentifikasi faktor-faktor risiko yang dapat mempengaruhi perkembangan anak, seperti kemiskinan, kurangnya akses terhadap layanan kesehatan, atau lingkungan yang tidak sehat.



Gambar 6 pendataan karakteristik anak

Pada 23 Januari 2025 kami melakukan penutupan program kerja kami dengan berpamitan kepada kepala desa dan perangkat desa yang ada.



Gambar 7 Penutupan MBKM dan penyerahan piagam apresiasi kepada kades



Gambar 8 Penutupan bersama anggota PKK

4. Simpulan

Berdasarkan kegiatan MBKM Membangun Desa yang telah kami laksanakan di Desa Pamekaran, Kecamatan Soreang, Kabupaten Bandung, dapat disimpulkan bahwa program optimalisasi UMKM konveksi melalui penyuluhan digital marketing memberikan dampak positif yang signifikan. Penyuluhan door-to-door terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya digital marketing, strategi branding, dan pengelolaan media sosial. Pembuatan logo produk juga membantu menciptakan identitas visual yang lebih profesional bagi UMKM yang belum memiliki branding sebelumnya. Selain itu, program sosialisasi stunting juga berhasil meningkatkan kesadaran ibu-ibu di Desa Pamekaran mengenai pentingnya gizi anak dan upaya pencegahan stunting. Meskipun demikian, keberlanjutan program dan pendampingan lebih lanjut sangat diperlukan agar UMKM dapat terus mengembangkan usahanya dan masyarakat dapat terus meningkatkan kesadaran akan gizi anak. Dengan demikian, program MBKM Membangun Desa ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Desa Pamekaran.

5. Ucapan Terimakasih

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan program MBKM Membangun Desa di Desa Pamekaran dengan sukses. Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Muhammad Sugiharto, S.E., M.M., yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang tak ternilai selama pelaksanaan program. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Bapak Budi Rahmat selaku Kepala Desa Pamekaran, beserta seluruh perangkat desa dan masyarakat Desa Pamekaran atas sambutan hangat, kerja sama yang baik, dan partisipasi aktif dalam setiap kegiatan yang kami laksanakan. Tak lupa, kami juga berterima kasih kepada ibu-ibu kader Posyandu Desa Pamekaran yang telah membantu dalam pelaksanaan program sosialisasi stunting. Serta seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga program ini dapat berjalan dengan lancar. Semoga segala upaya yang telah kami lakukan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat Desa Pamekaran.

6. Referensi

- Farahdiansari, A. P. (2023). Pengabdian Mahasiswa Unigoro Melalui Kkn Tematikpeningkatan Daya Jual Kurma Salak Umkm Mubarak Sebagai Produk Unggulan Bojonegoro. *Community Development Journal*, 4533.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, D. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM . *Jurnal Loyalitas Sosial*, 78.
- Pradita, A. Y. (2021). Stunting and Its Impact on Child Development: A Study from Indonesia.
- Ramadhani, M. A. (2022). Implementasi Digital Marketing untuk Peningkatan UMKM di Daerah Pedesaan. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*.
- Santoso, D. &. (2021). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*.
- Wahyuningsih, R. &. (2021). The Impact of COVID-19 on the Performance of Micro, Small, and Medium Enterprises in Indonesia.