

## **Pemanfaatan Teknologi Ai Menggunakan Flair.Ai Untuk Menunjang Pemasaran Umkm Ayna**

Ety Dwi Susantin & Indy Melva Adinda Marsha

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

etydwisusanti@gmail.com, indymelvaa@gmail.com

### **ABSTRAK**

Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) kini memungkinkan UMKM meningkatkan efisiensi dan potensi pertumbuhan penjualan produk secara signifikan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital marketing dengan efektif dan efisien. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bersama UMKM Ayna yang menjual berbagai makanan catering, dessert, dan kondimen makanan. Kegiatan ini dilakukan dengan sosialisasi program pemanfaatan AI untuk menunjang pemasaran, pengenalan AI berupa flair.ai, dan pendampingan praktek langsung penggunaan AI. Hasil dari kegiatan ini UMKM Ayna memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang AI dan flair.ai. Selain itu, dapat mengimplementasikan foto produk yang memiliki tingkat kualitas yang jauh lebih baik untuk menarik minat pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa pengabdian masyarakat kepada UMKM Ayna sangat bermanfaat untuk menunjang pemasaran.

Kata Kunci: AI, Digital Marketing, Flair.ai, Pemasaran, Teknologi.

### **ABSTRACT**

The use of Artificial Intelligence (AI) now allows UMKM to significantly increase efficiency and potential product sales growth. This community service activity aims to increase digital marketing knowledge and skills effectively and efficiently. This community service activity was carried out with UMKM Ayna which sells various catering foods, desserts and food condiments. This activity was carried out by socializing the program for using AI to support marketing, introducing AI in the form of flair.ai, and direct practical assistance in using AI. As a result of this activity, Ayna UMKM gained knowledge and understanding about AI and flair.ai. In addition, you can implement product photos that have a much better quality level to attract purchasing interest. This shows that community service to Ayna UMKM is very useful for supporting marketing.

Keywords: AI, Digital Marketing, Flai.ai, Marketing, Technology.



## **PENDAHULUAN**

Saat ini, jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah mencapai sekitar 57 juta, yang mencakup berbagai sektor ekonomi. Jumlah ini menunjukkan peran penting UMKM sebagai pilar utama perekonomian nasional, karena mereka tidak hanya menyumbang pada penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia (Fahmi, S, 2024).

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting sebagai motor penggerak ekonomi lokal dengan kontribusinya yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja serta membantu mengurangi tingkat pengangguran, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, dengan pesatnya perkembangan teknologi dan era digital, UMKM dihadapkan pada tantangan besar dalam mempertahankan daya saing. Perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital, baik dalam hal preferensi maupun pola belanja, menuntut para pelaku UMKM untuk cepat beradaptasi dengan teknologi terkini. Adaptasi ini mencakup penggunaan e-commerce, media sosial, serta digital marketing agar tetap relevan dan mampu bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan platform digital dalam melakukan pengenalan produk atau jasa dengan menarik ketertarikan audiens. Digital marketing saat ini menjadi kunci sukses bagi banyak bisnis, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Muhardono, A., et al, 2024). Dalam era digital yang terus berkembang, UMKM harus memahami pentingnya konsep

digital marketing untuk memastikan bisnis mereka tetap relevan dan kompetitif di pasar. Dengan menerapkan strategi digital marketing secara tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas bisnis mereka di dunia maya, menjangkau lebih banyak pelanggan potensial, dan berinteraksi dengan target audiens secara lebih efektif, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka. Teknologi saat ini tidak hanya terbatas pada digitalisasi seperti pemasaran digital dan transaksi online, tetapi telah berkembang lebih jauh dengan pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) yang memungkinkan UMKM meningkatkan efisiensi dan potensi pertumbuhan penjualan produk secara signifikan (Budiningrum, E. W., et al, 2024).

Teknologi AI (Artificial Intelligence) mampu menawarkan solusi inovatif dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari analisis data pelanggan, personalisasi pemasaran, hingga otomatisasi layanan pelanggan. Selain itu, teknologi AI dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan tampilan visual produk dalam gambar, dengan cara meningkatkan kualitas gambar, memperbaiki pencahayaan, serta menyesuaikan warna dan kontras, sehingga produk-produk tersebut tampil lebih menarik dan memikat perhatian calon pembeli, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat dan potensi pembelian. Salah satu AI yang dapat memanfaatkan visual produk dalam gambar yaitu *flair.ai*.

Perkembangan teknologi di era modern kini begitu pesat, literasi digital menjadi sangat penting bagi pelaku UMKM agar mereka dapat bersaing dan bertahan di pasar (Jannatin, R., et al, 2020). Literasi digital tidak hanya meliputi pemahaman dasar tentang berbagai teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menerapkannya secara efektif dalam konteks

bisnis, seperti dalam manajemen, pemasaran, dan layanan pelanggan (Amira, B., & Nasution, M. I. P, 2023). Oleh karena itu, program pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan sangat diperlukan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Melalui pelatihan, mereka dapat mempelajari konsep dasar kecerdasan buatan (AI), memahami bagaimana teknologi tersebut berfungsi, serta mengetahui berbagai aplikasi praktisnya dalam pemasaran produk. Dengan demikian, pelaku UMKM akan lebih siap untuk memanfaatkan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis mereka.

Pelatihan AI bagi UMKM tidak hanya bertujuan untuk dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknis, tetapi juga untuk membangun mindset yang terbuka terhadap inovasi teknologi yang telah berkembang pesat. Pelatihan dalam bentuk pengabdian masyarakat ini dilakukan kepada UMKM yang belum optimal dalam digital marketingnya. Salah satu UMKM ini yaitu UMKM Ayna yang menjual makanan. Adanya pelatihan pemanfaatan teknologi AI dalam flair.ai ini diharapkan untuk dapat menunjang pemasaran UMKM Ayna dengan efektif dan efisien.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Bahan**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan AI, menggunakan laptop atau HP sebagai bahan utama untuk mendukung pelatihan dan implementasi teknologi tersebut. Perangkat ini berfungsi sebagai alat penting untuk mengakses platform berbasis AI, seperti flair.ai, yang digunakan untuk meningkatkan kualitas visual produk dan efektivitas pemasaran. Laptop atau HP memungkinkan para pelaku UMKM untuk mengikuti pelatihan secara langsung,

menjalankan simulasi, serta mempraktikkan pengeditan dan pengoptimalan foto produk. dengan akses internet.

### **Metode**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Ayna ini dilakukan dengan Project Based Learning (PBL) yang berupa sosialisasi dan praktek langsung. Tahapan pelaksanaan dapat didiskripsikan dalam tabel 1.

**Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat di UMKM Ayna**

<b>No</b>	<b>Tahapan</b>	<b>Kegiatan</b>
1	Tahap Awal	Survei lapangan a. Identifikasi permasalahan dalam pemasaran b. Pendataan SDM c. Pendataan fasilitas yang tersedia d. Analisis teknologi yang dimiliki.
2.	Tahap persiapan	a. Penyusunan konsep program pemanfaatan AI untuk pemasaran b. Materi sosialisasi program pemanfaatan AI untuk pemasaran c. Media untuk mengakses web AI
3.	Penyusunan program hasil kesepakatan	Penyesuaian rencana program sesuai dengan kebutuhan dan potensi UMKM
4.	Implementasi pelatihan	a. Sosialisasi program pemanfaatan AI untuk menunjang pemasaran b. Pengenalan AI berupa flair.ai c. Pendampingan praktek langsung penggunaan AI
5.	Laporan	Penyusunan laporan pengabdian masyarakat

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

UMKM Ayna adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang menjual berbagai produk makanan dan berlokasi di Semampir Selatan 2A, Kelurahan Medokan Semampir, Kecamatan Sukolilo, Surabaya. UMKM ini didirikan oleh Ibu Fitri Yuniyanti pada tahun 2021 dan diambil dari nama putrinya, Ayna. Awalnya, Ibu Fitri Yuniyanti sering menyiapkan bekal makanan untuk anak-anaknya yang bersekolah dan suaminya yang bekerja. Aktivitas ini akhirnya berkembang menjadi peluang bisnis ketika dia mulai membagikan foto bekalnya di media sosial.

Dari unggahan tersebut, Ibu Fitri Yuniyanti melihat adanya minat dari teman-teman dan pengikut di media sosial yang tertarik untuk memesan makanan darinya. Keisengan awal untuk membagikan foto makanan ini kemudian berubah menjadi usaha serius. Ia memulai dengan menawarkan makanan buatan sendiri secara online, dan permintaan mulai berdatangan. UMKM Ayna pun resmi berdiri dengan fokus pada penjualan makanan yang lezat dan berkualitas.

Produk yang ditawarkan oleh UMKM Ayna beragam, terutama dalam bidang catering. Usaha ini melayani catering untuk sekolah-sekolah, pekerja kantor, dan berbagai kegiatan tertentu lainnya, seperti acara keluarga atau komunitas. Produk-produk yang disediakan bervariasi, mulai dari makanan pokok hingga sajian pendamping yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Fleksibilitas dalam menu dan layanan membuat UMKM Ayna semakin diminati oleh pelanggan di sekitar Surabaya.

Selain catering, UMKM Ayna juga menyediakan berbagai jenis dessert dan kondimen makanan seperti sambal, yang menjadi pelengkap sempurna untuk hidangan

utama. Kualitas dan keunikan rasa yang dihasilkan dari dapur Ibu Fitri Yuniyanti membuat UMKM Ayna semakin dikenal luas. Dengan sentuhan personal dan rasa rumahan, usaha ini terus berkembang dan menjadi pilihan favorit bagi pelanggan yang mencari makanan berkualitas dengan harga terjangkau.

Berdasarkan observasi awal, produk UMKM Ayna memiliki cita rasa yang khas, enak, dan unik. Namun, terdapat salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan dalam hal pemasaran terutama kurangnya pemanfaatan teknologi digital. Produk yang berkualitas sering kali tidak cukup untuk mencapai kesuksesan jika tidak didukung oleh strategi pemasaran yang tepat, terutama di era digital saat ini. UMKM Ayna belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, e-commerce, dan strategi pemasaran berbasis kecerdasan buatan (AI), untuk memperluas jangkauan pasar.

Salah satu cara UMKM Ayna untuk dapat memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) dalam pemasaran adalah dengan menggunakan teknologi AI untuk menghasilkan foto produk yang lebih menarik dan profesional. Adanya bantuan AI, foto-foto produk bisa ditingkatkan kualitasnya, baik dari segi pencahayaan, komposisi, maupun detail visual, sehingga terlihat lebih estetik dan memikat konsumen (Arief, H., et al, 2024). Teknologi ini memungkinkan pengambilan gambar yang lebih optimal bahkan dengan peralatan sederhana, serta dapat digunakan untuk mengedit dan menyesuaikan visual sesuai dengan preferensi pasar. Visual yang menarik sangat penting dalam pemasaran online, karena konsumen cenderung tertarik dengan produk yang ditampilkan dengan baik (Setiawan, R., et al, 2024). Peningkatan kualitas gambar produk akan membantu

UMKM Ayna menonjol di platform digital, seperti media sosial dan e-commerce, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan penjualan produk secara signifikan.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dalam membantu praktek langsung kepada UMKM seperti UMKM Ayna memanfaatkan teknologi AI dalam upaya meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini membantu UMKM Ayna khususnya foto produk dengan adanya AI berupa flair.ai, sebagai berikut :

Tabel 1. Solusi dan pengabdian

Masalah	Solusi	Luaran
Pemasaran yang kurang optimal	Sosialisasi program pemanfaatan AI untuk menunjang pemasaran	Sadarnya pemanfaatan AI untuk menunjang pemasaran
Kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang AI berupa flair.ai	Pengenalan AI berupa flair.ai	Pengetahuan peningkatan kualitas visual produk yang signifikan
Foto produk yang kurang berkualitas dalam menarik minat pembelian	Pendampingan praktek langsung penggunaan AI berupa flair.ai	Foto produk yang lebih optimal secara visual

Tabel 2. Perubahan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian.

Kondisi Awal	Intervensi	Kondisi Perubahan
Proses pemasaran yang kurang maksimal terhadap digital marketing	Melakukan sosialisasi program pemanfaatan AI untuk membantu UMKM memahami cara teknologi menunjang pemasaran secara efektivitas strategi digital	Kesadaran akan pemanfaatan AI untuk menunjang pemasaran tumbuh seiring dengan pengakuan bahwa teknologi ini dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan konsumen, dan memperkuat daya saing produk di pasar digital
Foto produk yang kurang menarik dalam segi tata letak, pencahayaan, dan estetikanya	Menggunakan pemanfaatan AI berupa flair.ai untuk memperoleh visual produk yang menarik	Menghasilkan foto produk yang memiliki tingkat kualitas yang baik dari segi pencahayaan, komposisi, maupun detail visual, sehingga terlihat lebih estetik dan memikat konsumen

#### a. Sosialisasi Pemanfaatan AI dan Flair.ai

Berikut ini beberapa sosialisasi program pemanfaatan AI untuk menunjang pemasaran dan pengenalan AI berupa flair.ai :

Kegiatan ini sosialisasi mengenai pengenalan AI kepada UMKM untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang potensi teknologi ini dalam bisnis. Sosialisasi tersebut mencakup penjelasan tentang berbagai aplikasi AI yang dapat membantu

mengoptimalkan operasional, pemasaran, dan interaksi dengan pelanggan secara lebih efisien.



Gambar 1. Materi pengenalan AI Kegiatan ini sosialisasi mengenai

Kegiatan ini sosialisasi mengenai pengenalan Flair.ai kepada UMKM untuk memperkenalkan cara teknologi ini dapat meningkatkan kualitas visual produk dan strategi pemasaran. Sosialisasi ini menjelaskan bagaimana Flair.ai dapat membantu UMKM menghasilkan foto produk yang lebih profesional dan menarik untuk memperluas jangkauan pasar.



Gambar 2. Materi pengenalan Flair.ai

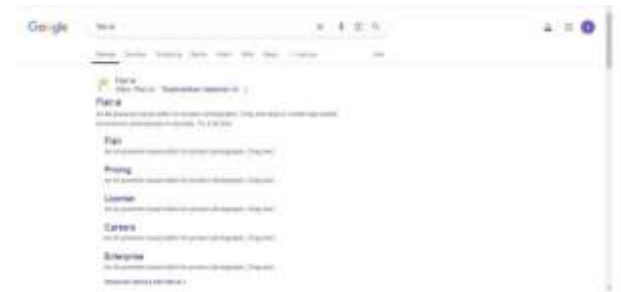
Sosialisasi ini menjelaskan Pengabdian masyarakat kepada UMKM Ayna difokuskan pada sosialisasi program pemanfaatan AI untuk meningkatkan pemasaran dan pengenalan produk. Kegiatan ini menjelaskan bagaimana teknologi AI, khususnya flair.ai, dapat membantu Ayna dalam mengoptimalkan strategi pemasaran. Melalui pelatihan praktek langsung penggunaan AI pelaku UMKM diperkenalkan dengan fitur-fitur AI yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas

pemasaran, sehingga diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk sambal mereka.

#### b. Praktek Penggunaan Flair.ai

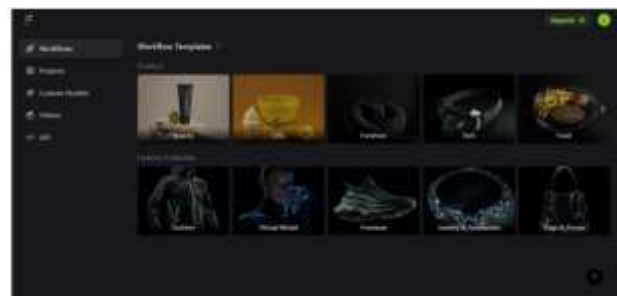
Berikut ini praktek penggunaan flair.ai :

- a) Mengetikkan pada google “flair.ai” dan login atau daftar



Gambar 3. Pencarian flair.ai pada google

- b) Memilih jenis produk yang akan digunakan untuk flair.ai



Gambar 4. Jenis produk untuk flair.ai

- c) Upload foto produk UMKM Ayna



Gambar 5. Upload foto produk

- d) Foto produk UMKM Ayna sudah otomatis remove background



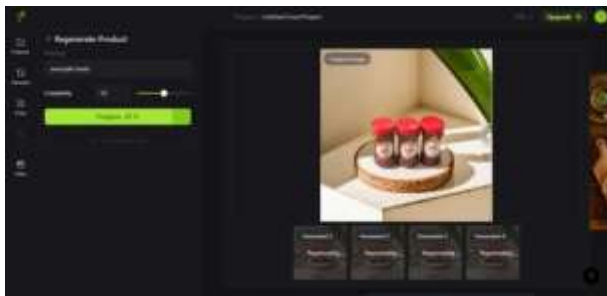
Gambar 6. Remove background foto produk

e) Pilihlah template yang terdapat flair.ai



Gambar 7. Pilih template

f) Klik generate untuk memperoleh hasil yang maksimal



Gambar 8. Generate foto produk

g) Unduh hasil foto produk menggunakan flair.ai



Gambar 9. Foto produk flair.ai

Perbandingan sebelum dan sesudah menggunakan pemanfaatan AI dalam flair.ai pada UMKM Ayna. Salah satu produk yang dimiliki UMKM Ayna berupa sambal dengan berbagai macam varian ini mampu memberikan hasil yang signifikan. Berikut ini hasil perbandingannya :



Gambar 10. Foto produk UMKM Ayna sebelum menggunakan flair.ai



Gambar 11. Foto produk UMKM Ayna sesudah menggunakan flair.ai

Kegiatan pengabdian kepada telah dilakukan pada UMKM Ayna dengan fokus pada pemanfaatan kecerdasan buatan dalam strategi pemasaran. Kegiatan pengabdian masyarakat ini, memperkenalkan Flair.ai. Flair.ai sebagai alat AI yang dapat digunakan untuk menghasilkan foto produk yang menarik dan profesional. Pemanfaatan teknologi ini,



UMKM Ayna dapat meningkatkan kualitas pemasaran, menarik lebih banyak pelanggan, dan memperkuat brand di pasar yang kompetitif.

Pemanfaatan AI, UMKM Ayna dapat meningkatkan efektivitas pemasaran melalui analisis data konsumen, penargetan iklan yang lebih tepat, serta otomatisasi dalam interaksi dengan pelanggan. Selain itu, AI juga dapat membantu dalam pembuatan konten visual yang menarik dan pengoptimalan pengalaman pengguna di platform digital. Teknologi ini membantu UMKM Ayna untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan lebih efektif, sehingga potensi penjualan dan pertumbuhan bisnis dapat meningkat secara signifikan.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat UMKM Ayna merupakan salah satu bentuk upaya untuk membantu meningkatkan dan mengembangkan UMKM Ayna. Kegiatan ini dimulai dari mengidentifikasi masalah, menyarankan inovasi, pemberian solusi, dan mengimplementasikan solusi. Metode pelaksanaan yang dilakukan dimulai dari metode wawancara, sosialisasi, dan praktek. Kegiatan ini melakukan sosialisasi program pemanfaatan AI untuk meningkatkan pemasaran. Selain itu, membantu UMKM Ayna khususnya foto produk dengan adanya AI berupa flair.ai. Adanya teknologi ini, UMKM Ayna bisa menjangkau konsumen secara lebih luas dan lebih efektif, sehingga potensi penjualan dan pertumbuhan bisnis dapat meningkat secara signifikan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang menjembatani untuk melakukan pengabdian masyarakat. Selain itu, juga untuk

ibu Fitri Yuniyanti sebagai UMKM Ayna yang menerima dalam kegiatan ini sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan lancar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adam, A. A., et al. (2022). Digital Marketing Melalui Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1187-1194.
- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 96- 102.
- Amira, B., & Nasution, M. I. P. (2023). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (Ai) Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Pengembangan Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah (Ukm). *Jurnal Riset Manajemen*, 362-371.
- Arief, H., et al. (2024). Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam Meningkatkan Penjualan dan Sustainability Bisnis UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 335-342.
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *Jurnal NCOINS National Conference of Islamic Natural Science*, 77-89.
- Budiningrum, E. W., et al. (2024). Program Pengenalan Artificial Intelligence untuk UMKM dengan ChatGPT untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 32-48.
- Fahmi, S. (2024). Pemanfaatan Teknologi AI untuk Menunjang Pemasaran Produk UMKM di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 91-103.
- flair.ai. (2024). flair.ai. Dipetik Oktober 3, 2024, dari flair.ai: <https://flair.ai/>



- Haikal, A., et al. (2023). Penggunaan AI Tools untuk Meningkatkan Kualitas Sosial Media UMKM Artree. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1-8.
- Iqbal, M., et al. (2024). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) Sebagai Media Pendukung Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada UMKM Borneo Istimewa. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 24-28.
- Jannatin, R., et al. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact : Implementation and Action*, 1-12.
- Komalasari, Y., et al. (2023). Pemanfaatan Teknologi pada Pengembangan Sumber Daya UMKM. *Jurnal FMI Papua* 15, 837-842.
- Lauwis, A., et al. (2024). Pengabdian Masyarakat untuk Optimalisasi Pemasaran Digital pada UMKM Lomilk. *Jurnal Leverage, Engagement, Empowerment of Communit*, 49-54.
- Muhardono, A., et al. (2024). Pelatihan Optimalisasi Konten Marketing menggunakan Aplikasi Artificial Intelligence(AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1959- 1968.
- Nalendra, M. A. S., et al. (2023). Revolusi Digital : Pemanfaatan Teknologi AI dalam Display Produk UMKM Olahan Hasil Laut. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 673 - 678.
- Pongtambing, Y. S., et al. (2023). Peran dan Peluang Kecerdasan Buatan dalam Proses Bisnis UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 201-206.
- Setiawan, R., et al. (2024). Pendampingan UMKM dalam Pemanfaatan AI dan Digital Payment untuk Memperkuat Branding pada Desa Mendalo Darat Jambi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA (JPMU)*, 87-91.
- Setiyanto, B., et al. (2021). Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Marketplace Dalam Menunjang Kegiatan Pemasaran Pelaku UMKM Pada Rumah BUMN Purbalingga. *Jurnal Tridarma*, 1-9.
- Syahputro, E. N. (2020). Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial. Gresik: Caremedia Communication.
- Trifia, A., et al. (2024). Transformasi Digital : Pemanfaatan Artificial Intelligence dan Inovasi Produk Layanan UMKM untuk Menarik Minat Pelanggan di Era Digital. *Journal of Institution and Sharia Finance*, 1-15.