Volume 31 Nomor 03 Juli-September 2025
p-ISN: 0852-2715. E-ISSN: 2502-7220

PENGENALAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI PRAKTIK MENGURANGI KENDALA PROMOSI KAIN PELANGI ATAU JUMPUTAN SEBAGAI PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN DAERAH

Melia Frastuti[1]*, Choirunnisak[2], Nabila Eka Putri[3], Lili Syafitri[4]

[1,3](Prodi Ekonomi Bisnis, Fakultas Bisnis Syariah , Universitas Indo Global Mandiri, Palembang)
[2,](Prodi Perbankan Digital, Fakultas Bisnis Syariah , Universitas Indo Global Mandiri, Palembang)
[4] (Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri Palembang)

* Penulis Korespodensi : melia_frastuti@uigm.ac.id

Abstrak

Kain pelangi atau Jumputan merupakan kain khas daerah yang sering digunakan masyarakat kota Palembang untuk kegiatan resmi. Kain ini memiliki ciri dan motif yang khas dengan warna yang beraneka ragam, dalam pembuatan di zaman sekarang kain ini masih dibuat dengan buatan tangan atau mesin. Kain ini dapat dijadikan pakaian yang beraneka ragam mulai dari atasan dan bawahan bahkan perpaduan kain jumputan dengan kain jenis lain. Namun dalam perkembangan zamannya kain dulunya sering di jual melalui pasar tradisonal yang menjual kain khas. Namun promosi lewat sosial media yang kurang mengakibatkan kain ini mengalami kendala promosi. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini membuat praktik cara pengenalan penjualan pakaian khas dari kain jumputan dari sosial media yaitu aplikasi shoppee. Hasilnya diharapkan pemasaran dalam penjualan pakaian khas tradisonal ini bisa meningkatkan pendapatan penjual dan mudah sampai ke tangan konsumen. Dukungan pemerintah dalam mempromosikan pusat penjualan misalnya mendirikan Gapura "Selamat Datang" bisa terealisasi. Hasil dari program ini diharapkan bisa memahami dan mempraktikan secara terus menerus dan menunjukkan dampak yang signifikan bagi perkembangan produk unggulan daerah khususnya kota Palembang dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Kata kunci*: Kendala Promosi; Pengenalan Sosial Media; Produk Unggulan Daerah*

Abstract

Rainbow cloth or Jumputan is a typical regional cloth that is often used by the people of Palembang for official activities. This cloth has distinctive characteristics and motifs with various colors, in the manufacture of this cloth is still made by hand or machine. This cloth can be made into various clothes ranging from tops and bottoms to even a combination of jumputan cloth with other types of cloth. However, in its development, cloth used to be often sold through traditional markets that sell typical cloth. However, the lack of promotion through social media resulted in this cloth experiencing promotional obstacles. Therefore, this Community Service activity makes a practice of how to introduce the sale of typical clothing from jumputan cloth from social media, namely the shoppee application. The results are expected that marketing in the sale of this traditional clothing can increase seller income and easily reach consumers. Government support in promoting sales centers, for example establishing a "Welcome" Gate can be realized. The results of this program are expected to be able to understand and practice continuously and show a significant impact on the development of superior regional products, especially the city of Palembang and increase Regional Original Income (PAD).

Keywords: *Promotion Constraints; Social Media Introduction, Regional Superior Products.*

1. PENDAHULUAN

Perubahan membawa masyarakat untuk senantiasa lebih fleksibel menerimanya dengan memahami bahwa kemajuan suatu bangsa tidak terlepas dari input dari negara luar yang lebih berkembang. Masyarakat yang menjadikan bisnis

Volume 31 Nomor 03 Juli-September 2025
p-ISN: 0852-2715. E-ISSN: 2502-7220

untuk memperoleh pendapatan kemudian memenuhi kebutuhan barang dan jasa.

Perkembangan bisnis yang dinamis, senantiasa bergerak fleksibel mengikuti perkembangan zaman, banyak inisiatif, kreatif serta berdampak dalam menghadapi masa depan dengan penuh rasa optimis.

Dampak globalisasi erat kaitannya dengan penyempurnaan perdagangan tanpa adanya pembatasan. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Irham Fahmi 2025 bahwa perubahan yang terjadi membentuk Perkembangan dunia yang begitu cepat saat ini tidak terlepas dari pengaruh masuknya berbagai arus informasi dari berbagai pihak luar dan tidak memungkinkan pada saat ini jika suatu bangsa bersikap dan berperilaku menghindari dunia luar, terutama bagi negara yang sedang melakukan pembangunan. (Irham Fahmi, 2025: 25)

Berbisnis adalah kegiatan pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling memberikan keuntungan. Menurut arti dasarnya, bisnis adalah 'pembelian dan penjualan barang dan jasa. Selanjutnya bisnis muncul karena adanya kebergantungan antar individu, maupun antar kelompok atau adanya kesempatan untuk melakukan hubungan secara internasional, berupaya untuk memelihara dan mempertinggi taraf hidup yang lebih baik. Bisnis dipahami dengan suatu kegiatan perusahaan yang terorganisir atau terlembaga (swasta) untuk menciptakan produk berupa barang-barang dan pelayanan dan kemudian dijual untuk memperoleh laba dalam memenuhi keperluan masyarakat itu sendiri.

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mendesain kegiatan yang menyangkut perdagangan kain pelagi atau yang lebih dikenal dengan Jumputan. Perdagangan kain ini dilakukan dengan adanya pusat penjualan di kota Palembang yang terletak di Komplek Ilir Barat Permai, Jalan Letkol Iskandar atau dikenal dengan Jln Radial 24 ilir, Bukit Kecil

Sedangkan pusat pengrajin Kain berada sekitar 5 KM dari pusat kota Palembang, yang lebih dikenal dengan Pengrajin Kain Tenun Tanjung dan Jumputan Indra Jaya Tuan Kentang Kecamatan Seberang Hulu I Kota Palembang Sumatera Selatan 30255. Berikut Gambar 1 pusat penjualan Kain dan pakaian jadi Jumputan yang dikenal dengan Pasar Kito.

Untuk teknik pembuatan Kain Pelangi atau lebih dikenal dengan Jumputan ini dapat dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu: Pembuatan kain Jumputan mempergunakan metode tie and dye, sritch and dye, jelujur, rincek dan tritik. Tekniknya adalah dengan melakukan jelujur pada benang kain sesuai dengan pola, lalu benang itu ditarik dengan erat sehingga mengerut, dilanjutkan merendam kain tersebut dengan air ditambahkan dengan pewarna alami yang di ekstrak dari getah gambir.

Tujuan Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) adalah sebagai berikut a). Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan koperasi, dan UMKM yang berperan memacu pertumbuhan produk/jasa unggulan daerah untuk pasar dalam negeri yang dinamis di seluruh wilayah Indonesia. b). Peningkatan kapasitas dan daya saing produk agar mampu bertahan dan bersaing dengan tetap berlandaskan pada karakteristik dan keunikan yang dimiliki oleh setiap daerah. c). Melakukan peningkatan mutu sehingga dapat menciptakan keunggulan berupa daya tawar produk kepada khalayak luas, melakukan penguatan UMKM dan perkoperasian agar dapat tetap bertahan, kokoh, dan dapat berkembang di tengah kompetisi. d). Memiliki peran aktif menjaga keberlangsungan warisan khasanah budaya lokal e). Mempercepat difusi teknologi dan manajemen masyarakat perguruan tinggi ke masyarakat industri. serta f). Mengembangkan proses link dan match antara perguruan tinggi, industri, Pemerintah daerah dan masyarakat luas..

Gambar 1: Pasar Kito, Pusat Penjualan Kerajinan Khas Palembang

2. METODOLOGI

Guna memudahkan pengambilan keputusan yang mendorong keberhasilan suatu program ada empat tahap yang dilalui yaitu:

a. Memperjelas permasalahan dengan sikap yang jelas, tegas atau mudah dicerna.
b. Melakukan pemetaan dengan mencatat masalah-masalah yang akan muncul dengan cara yang terprioritaskan dengan tujuan agar menjadi sistematis, diarahkan dan dapat dikendalikan.
c. Melakukan identifikasi masalah dengan cara memberikan gambaran yang lebih jelas dan lebih spesifik.
d. Melakukan proses pemetaan masalah berdasarkan kelompok disertai dengan menggunakan model atau alat uji yang akan digunakan. (Irham Fahmi, 2025:38)

Kemudian Simon (1960) menerangkan pengambilan keputusan berlangsung dalam empat tahap yaitu, (a) intelligence yaitu proses pengumpulan informasi untuk identifikasi permasalahan, (b) men-design adalah penguraian masalah untuk menemukan solusi, (c) choice mengkaji kelebihan dan kekurangan serta mencari alternatif solusi yang

Volume 31 Nomor 03 Juli-September 2025
p-ISN: 0852-2715. E-ISSN: 2502-7220

terbaik, serta (d) implementasi yaitu tahap pengambilan keputusan dan melaksanakan keputusan tersebut .

Tabel 1: Opini Mitra dan Tim terhadap Permasalahan

No	Keterangan	Opini Pedagang	Opini Tim
1	Permasalahan dalam 3 tahun terakhir	Kurangnya promosi dari pemerintah dalam tempat promosi penjualan	1. Lokasi Penjualan Kain pelangi atau Jumputan tidak memiliki daya tarik dilihat dari jalan besar terutama jika melintas dari jalan Letkol Iskandar tersebut. 2. Bangunan pusat penjualan terletak disudut dari jalanan besar, maka jika wisatawan yang belum mengetahui lokasi tersebut tidak bisa melihat dari jalan utama (jalan Letkol Iskandar)
2	Tingkat Pengunjung	Pada hari libur sepi pengunjung	1. Pada hari sabtu minggu pusat penjualan masih dijumpai toko-toko dalam keadaan sepi pengunjung. 2. Pada hari kerja juga ditemui toko-toko penjualan dalam keadaan sepi pengunjung.
3	Promosi kepada wisatawan	Dilakukan saat pengunjung datang saja	1. Promosi dilakukan saat pengunjung menghampiri toko dan bertanya tentang produk yang ingin dibeli. 2. Belum adanya alat media sosial berbasis internet yang dilakukan penjual dalam promosi kain maupun pakaian.
4	Promosi *online*	Tidak ada	Tidak ada
5	Jarak tempat pembuatan kain jumputan dengan pusat penjualan	Berada 5 KM dari pusat kota Palembang	1. Pengrajin Kain Tenun Tanjung dan Jumputan Indra Jaya Tuan Kentang Kecamatan Seberang Hulu I Kota Palembang Sumatera Selatan 30255. 2. Pusat Penjualan, Komplek Ilir Barat Permai, Jalan Letkol Iskandar/ Jalan Radial 24 ilir, Bukit Kecil, Kota Palembang.
6	Penerangan Bangunan dan sisi toko	Kurang	Kurang memadai karena saat melintas antara toko masih kurang lampu penerangan.
7	Gapura "Selamat Datang"	Tidak Ada	Tidak adanya Gapura dari pemerintah kota yang menunjukan adanya pusat penjualan produk kain jumputan.

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra sebagai berikut:

1. Tahap Observasi
   Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan melakukan survei di tempat pembuatan dan penjualan hasil kain jumputan merupakan rencana aktivitas dengan mitra yang memperlihatkan langkah untuk menyelesaikan permasalahan prioritas mitra dalam kurun waktu tiga tahun, kemudian diberikan secara bertahap setiap periodenya.
2. Tahap Pendekatan dan Penerapan Iptek
   Pendekatan dan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang diusulkan untuk memecahkan Permasalahan yang dihadapi mitra yang telah menjadi kesepakatan bersama, kelayakan dari volume kegiatan, kecocokan skala Prioritas dan tahapan dalam pelaksanaan di setiap tahunnya.
3. Tahap Pelaksanaan
   Menguraikan prosedur kerja untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan.
4. Tahap Praktek
   Gambarkan partisipasi mitra dalam penerapan pelaksanaan program.
5. Tahap Evaluasi
   Menjabarkan pelaksanaan dan keberlangsungan implementasi dari program di lapangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

1. Observasi Permasalahan

Permasalahan prioritas pedagang Kain Jumputan yang disurvei ditemukan sebagai berikut:

Keadaan pintu masuk dari jalan utama Letkol Iskandar menunjukan belum adanya Gapura "Selamat Datang" hal ini dapat dilihat dari gambar 2 berikut:

Gambar 2: Pintu Gerbang masuk

Kemudian saat Tim melakukan kunjungan masih terlihat sepi pengunjung di akhir pekan, hal ini dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:

Volume 31 Nomor 03 Juli-September 2025
p-ISN: 0852-2715. E-ISSN: 2502-7220

Gambar 3: Teras Toko

Keadaan toko dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4: Parkiran Pusat Penjualan

Gambar tim PKM melakukan diskusi bagaimana cara penyampaian materi ke karyawan dan melakukan kunjungan ke toko Kasih Ibu, berikut gambar 5:

Gambar 5. Tim PKM belajar membuka toko online

Gambar 6: Tim mengecek jenis pakaian blouse wanita

2. Pendekatan dan Penerapan Iptek

Pelaksanaan ujicoba penggunaan media sosial media kepada pedagang dan pramuniaga dengan mengenalkan media Aplikasi Shopee Live dan Toko online. Praktik tersebut dilakukan sebagai berikut:

Tabel 2: Praktik Kegiatan

No	Uraian Kegiatan	Praktik Kegiatan
1	Peran Mitra	1. Pedagang a. Mengumpulkan dan merinci barang/ produk, b. Merinci Harga barang c. Memfoto produk asli 2. Pramuniaga/ Karyawan Pelatihan di depan kamera *live*
2	Pemateri	1. Dr. Melia Frastuti, SE., M.Ak (dosen) 2. Choirunnisak, SEI., ME (dosen) 3. Nabila Eka Putri (mahasiswa) 4. Lili Syafitri, SE., Ak., M.Si (dosen)
3	Lama Praktik	6 (enam) bulan
4	Indikator Keberhasilan	1. Kemampuan Pedagang merinci barang/produk 2. Harga barang yang wajar 3. Foto menarik dan berkualitas 4. Pramuniaga mampu berinteraksi dengan pembeli saat *live*

Sumber: Tim PKM 2025

3. Pelaksanaan Awal Penggunaan Sosial Media kepada Mitra

Pelaksanaan yang paling penting dari penggunaan Shopee live dan Toko Online kepada pedagang dan pramuniaga memiliki hasil dapat dilihat pada Tabel 3:

Volume 31 Nomor 03 Juli-September 2025
p-ISN: 0852-2715. E-ISSN: 2502-7220

Tabel 3 : Keterlibatan Mitra

Uraian Kegiatan	Keterlibatan Mitra
Pengenalan Aplikasi dan cara penggunaan	1. Pedagang, memahami cara awal penggunaan Toko online di Aplikasi Shopee yaitu: a. Mulai dari awal jual dan mengisi deskripsi jenis barang yang di jual, produk yang di buat dalam skala kecil terlebih dahulu misalnya 3 blouse wanita dengan 3 harga yang berbeda, ukuran (S,M, L, Xl, XXL), deskripsi jenis bahannya, tabel ukuran dan lain- lain. b. Cara membalas *chat* dari pembeli c. Mengimput 3 foto asli blouse Wanita d. Cara membaca hasil inputan 2. Pramuniaga, memahami cara membuka *live*, cara mengenalkan blouse dan mengulas jenis kain blouse, menerangkan harga yang tertera dan berinteraksi dengan pembeli, menjawab pertanyaan pembeli dan mengakhiri *live* dengan etika yang baik.
Keterlibatan Tim	1. Mengajarkan cara mula membuat toko online dari awal hingga mitra mengerti dan paham akan penggunaan toko *online*. 2. Mengajarkan cara tampil yang beretika dalam menjual blouse wanita, misalnya pramuniaga juga menggunakan blouse tersebut dengan baik dan sopan.
Lama kegiatan	1 hari dalam rentang waktu 1 jam atau sesuai dengan waktu pemahaman mitra
Indikator Keberhasilan	Pemahaman mitra dalam penggunaan aplikasi shopee *live* dan toko *online*

Sumber: Tim PKM 2025

Gambar 6 menunjukan karyawan merinci jenis pakaian yang akan dimasukkan di Toko Online:

Gambar 7. Karyawan merinci harga barang

Gambar 8: Karyawan merinci jenis dan ukuran pakaian

Praktik Penggunaan Sosial Media kepada Mitra

Tahap inilah yang menjadi tahap hasil pembelajaran dan diharapkan pedagang memahami dan menambah jualan produk online nya secara mandiri. Gambar 7 salah satu tim memperagakan cara live di Aplikasi shopee, misalnya cara penyampaian, cara mengenalkan pakaian dan etika yang baik berinteraksi dengan konsumen.

Gambar 9: praktik cara *live*

5. Evaluasi Kegiatan

Tahap ini Tim melihat adanya pemahaman mitra dalam menggunakan aplikasi Shopee live dan toko online, misalnya:

Volume 31 Nomor 03 Juli-September 2025
p-ISN: 0852-2715. E-ISSN: 2502-7220

Tabel 4: Tingkat Evaluasi

No	Tingkat Evaluasi Mitra	Tercapai (√) Tidak Tercapai (x)
A	***Softskill* (kemampuan ilmu pengetahuan)**	
1	Memahami arti penting promosi penjualan	√
2	Memahami perbedaan penjualan masa kini	√
3	Memahami pergeseran budaya membeli konsumer	√
4	Memahami persaingan dunia usaha masa kini	√
B	***Practical reasoning* (penalaran praktik)**	
1	Mampu menggunakan aplikasi berbasis internet	√
2	Mampu *live streaming* dengan etika yang baik	√
3	Mampu berbahasa yang baik	√
4	Mampu menjawab pertanyaan pembeli *online*	√
5	Mampu menjawab komplain pembeli	√

Sumber: Tim PKM 2025

Pembahasan

Menurut Aurora Putri (2024) promosi yang telah dilakukan secara digital sudah terbukti mampu untuk menaikkan angka penjualan secara cepat dan mudah, perkembangan teknologi digital pelaku UMKM dapat memanfaatkan peluang tersebut dimulai dari penjualan, promosi, hingga mengembangkan usaha bisnis. Kemudian pendapat dari Nurasmi (2023) E-Commerce memiliki pengaruh yang positif dan siginifikan terhadap peningkatkan Volume Penjualan, artinya para pelaku UMKM memasarkan produknya melalui E-Commerce maka akan mempengaruhi peningkatan Volume Penjualan dan memudahkan promosi pakaian jadi jumputan.

Menurut penelitian dari Sarwono (2020) peran pemerintah terhadap pengembangan usaha kain jumputan melalui perlindungan kekayaan Intelektual dengan segala rejim/jenisnya diterapkan pada karya intelektual yang bersifat tradisional. Sedangkan menurut pendapat dari Hesa Kurnia (2018) peran pemerintah memberikan penghargaan kepada pengrajin yang bisa menciptakan motif baru jumputan.

Melalui Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapan para penjual kain jumputan dan pakaian jadi jumputan diharapkan bisa memahami dan mempraktekan secara terus menerus dan menunjukkan dampak yang signifikan bagi perkembangan produk unggulan daerah khususnya kota Palembang dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) karena kunjungan wisatawan yang meningkat, dengan meningkatnya kunjungan wisata diharapkan juga peranan pemerintah kota Palembang juga dalam mempromosikan Kain Pelangi / Jumputan ini kepada masyarakat di dalam dan di luar daerah, misalnya dengan:

1. Kain Pelangi/ Jumputan bisa dijadikan ciri khas pakaian masyarakat kota Pelambang, dalam berbagai acara formal dan non formal di kota Palembang.
2. Upaya masyarakat telah nampak untuk melestarikan kain jumputan dengan menjadikan berbagai koleksi pakaian pria, wanita dan anak-anak. Untuk pria bisa berupa jas, kemeja, kain sarung kombinasi songket sedangkan utuk wanita dalam bentuk *outer*, blazer, kemeja, blouse, jilbab, kebaya, gamis, tunik, rok dan dengan kombinasi jenis kain lain dan lainnya. Produk lainnya dapat berupa tas, Tas kosmetik (*pouch)*, dompet dan lainnya .
3. Dukungan pemerintah terhadap masyarakat misalnya menyediakan Gapura ”Selamat Datang” yang menjadikan daya tarik wisatawan. Gapura tersebut memiliki daya tarik sehingga wisatawan dari luar daerah dan wisatawan asing tertarik mengunjungi pusat penjualan kain dan pakaian di tengah kota. Hal ini berdampak meningkatkan *income* UMKM itu sendiri, dan diharapkan bisa meningkatkan Pendapatan Asli Daerah kota Palembang. Hal ini senada dengan pendapat Bakti Sri R (2025:20) bahwa semua pihak berusaha untuk

saling menguntungkan satu sama lain, yang akan melahirkan situasi *win win situation.*

4. Budaya mengenakan pakaian pelangi/ jumputan kepada generasi muda. Misalnya budaya mengenakan pakaian jumputan pada hari kerja setiap hari Jum'at atau Sabtu di instansi pemerintah dan swasta. Sebagai contoh budaya mengenalkan dan mengenakan telah dilakukan oleh pemerintah Provinsi Riau sejak tahun 2000 kepada instansi pemerintah dan swasta hingga ke sekolah mulai dari SD, SMP, SMA, sederajat setiap hari Jum'at atau Sabtu untuk wajib memakai pakaian khas melayu Riau dan Batik Riau.

TARGET LUARAN

Target luaran dari dilaksanakannya kegiatan PKM ini adalah dalam bentuk:

Tabel 5: Target Luaran

No	Target Luaran	Jenis
	Mitra	
1	Penjelasan manfaat aplikasi berbasis internet yaitu shoppee	Materi dan dokumentasi foto
2	Praktik penjualan di Toko *online*	Praktek kegiatan dan dokumentasi foto
3	Praktik *live*	Praktek kegiatan dan dokumentasi foto
4	Adanya pembeli *online*	Pembelian di toko *online*
	Tim PKM	
5	Karya tulisan ilmiah PKM	*Publish* di jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Medan, Terakreditasi Sinta 3
6	Laporan Akhir Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)	Laporan PKM kepada LPPMK Universitas Indo Global Mandiri (UIGM)

Sumber : Tim PKM 2025

UCAPAN TERIMAKASIH

Pengabdian Kepada Masyarakat Ini di danai oleh LPPMK Universitas Indo Global Mandiri (UIGM), tahun 2025. Pimpinan dan Staff Toko Kasih Ibu, Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

Aprianto, Iwan. 2020. Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam. Penerbit Deepublish.

Fahmi, Irham. 2015. Etika Bisnis Teori Kasus dan Solusi. Penerbit Alfabeta.

Ika Yunia Fauzia. Etika Bisnis dalam Islam. Jakarta. Kencana Prenada Media Grup. 2013. Hal 3.

Kain Jumputan Palembang: Sejarah, Cara Membuat dan Nilai Budayanya. https://www.detik.com/sumbagsel/budaya/d-7476000/kain-jumputan-palembang-sejarah-cara-membuat-dan-nilai-budayanya. S Rahayu, Bakti, 2025. Etika Bisnis. Pustaka Baru Press.

Juwita, Hesa Kurnia. 2018. Kain Jumputan di Kampung Tahunan Umbulharjo Yogyakarta. Jurnal Pendidika Kriya Ed Juni 2018.

Klaudia, Sura dan Septi Y. 2022. Pengaruh Etika Bisnis dalam Kegiatan Berwirausaha di Era Pandemi Covid-19. Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi, Vol 20, No 1, 108-12.

Larasati, Silvia Ayu. 2024. Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis Vol. 4, No.2 Mei 2024. e-ISSN: 2962-4797; p-ISSN: 2962-3596, hal 321-332. DOI: https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2867.

Nurasmi. 2023. Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah Vol 6 No 1, Januari 2023. DOI: https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.962.

Putri, BCA dan Sugeng Purwanto. 2024. Peran Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. Arjuna's Cake. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, September 2024, 10 (18), 301-310. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.13881759.

Ramadan RD dan Wahyu F. 2023. Media Sosial Memungkinkan UMKM untuk Membentuk Komunitas Penggemar dan Pelanggan Setia, yang dapat Membantu Memperkuat Loyalitas Pelanggan

dan Mendukung Promosi. Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Volume 1, Nomor 7, Agustus 2023, Hal 118-123 DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.8190417.

Rahayu, BS dan Devita PA. 2025. Etika Bisnis. Pustaka Baru Press.

Sarwono. 2020. Identifikasi Seni Kerajinan Batik, Jumputan Sebagai Pengembangan Desain di Wilayah Sukoharjo, Jawa Tengah. Fakultas Seni Rupa dan Desain. Universitas Sebelas Maret.

Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Desa Tales kabupaten kediri. Generation Journal, 4(1), 41-47.

S.P Siagian. 1994. Teori dan Praktek Pengambilan Keputusan. Jakarta CV Haji Masagung. Hal 25.

.