

Optimalisasi Pemasaran Sanggar Seni “Omah Kuno” Melalui Platform Digital

Afrik Yunari^{1*}, Muhammad Tegar Alaudin², Arini Maulidya Nikmatul Ula³, Febianti Izma Amalia⁴

¹UIN KH Achmad Siddiq Jember, email: afrik@uinkhas.ac.id

²UIN KH Achmad Siddiq Jember, email: malpinnas3@gmail.com

³UIN KH Achmad Siddiq Jember, email: maulidiaarini783@gmail.com

⁴UIN KH Achmad Siddiq Jember, email: izmafebianti6@gmail.com

*Koresponden penulis

Info Artikel

Diterima: 22 Desember 2025

Direvisi: 20 Januari 2025

Diterbitkan: 2 Februari 2025

Keywords:

Art Studio; Digital Platform; Marketing; Optimization

Kata Kunci:

Optimalisasi; Pemasaran; Platform Digital; Sanggar Seni;

Abstract

Digital platforms are one of the businesses' efforts to stay connected with their target market amidst the progress of the times. Digital platforms have great potential as a marketing strategy to offer works of art to the wider public. The art studio, which is one of the assets in Andongrejo Village, is still not optimal in utilizing digital platforms for marketing arts. This lack of understanding is the most fundamental obstacle to the development of art studios. The marketing system for art studios still uses the traditional system, namely word of mouth. So, to develop art studio assets, marketing optimization assistance is carried out through digital platforms using the ABCD (Asset Based Community Development) method. In using the ABCD method there are four stages, namely: asset mapping, work program planning, work program implementation, monitoring and evaluation. The work program prepared is providing assistance in creating art studio websites, YouTube videos, TikTok, Instagram and Facebook. As a result of this activity, the art studio became increasingly known to the wider community and received appreciation from the Jember Regency government.

Abstrak

Platform digital adalah salah satu upaya bisnis agar tetap terhubung dengan target pasarnya ditengah kemajuan zaman. Platform digital memiliki potensi yang besar sebagai salah satu strategi pemasaran untuk menawarkan sebuah karya seni kepada masyarakat secara luas. Sanggar seni yang merupakan salah satu aset di Desa Andongrejo masih kurang maksimal dalam pemanfaatan platform digital untuk pemasaran kesenian. Kurangnya pemahaman tersebut menjadi hambatan yang paling mendasar bagi berkembangnya sanggar seni. Sistem pemasaran sanggar seni masih menggunakan sistem tradisional yaitu dari mulut ke mulut. Sehingga untuk mengembangkan aset sanggar seni, maka dilakukan pendampingan optimalisasi pemasaran melalui platform digital dengan menggunakan metode ABCD (Asset Based Community Development). Dalam penggunaan metode ABCD terdapat empat tahapan yaitu : pemetaan aset, perencanaan program kerja, pelaksanaan program kerja, monitoring dan evaluasi. Program kerja yang disusun yaitu melaksanakan pendampingan dalam pembuatan website sanggar seni, video youtube, tiktok, instragam dan facebook. Hasil dari kegiatan ini, sanggar seni semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendapat apresiasi dari pihak pemerintah Kabupaten Jember berupa pemberian penghargaan sebagai salah satu Desa Wisata dan Budaya di Kabupaten Jember.

PENDAHULUAN

Platform secara sederhana adalah sebuah wadah yang dipakai untuk menjalankan sistem sesuai dengan rencana program yang dibuat. Sedangkan *platform digital* adalah salah satu upaya bisnis agar tetap terhubung dengan target pasarnya di tengah kemajuan zaman (Nizar Haris Masruri, 2022). *Platform digital* memiliki dua peran utama. Pertama, sebagai tempat untuk memfasilitasi pertemuan dan interaksi antara pengguna, seperti *facebook* dan *instagram* berguna agar dapat saling berinteraksi dengan teman, keluarga dan orang-orang lainnya. Kedua, *platform digital* berperan sebagai media untuk menyediakan layanan dan konten pada pengguna, seperti *youtube* dan *tiktok* yang menyediakan tempat bagi pengguna untuk mendapatkan informasi dan hiburan (Eka Yuda Wibawa, 2021).

Di era transformasi global saat ini, kemajuan teknologi berbagai industri telah mengalami transformasi yang spektakuler. Teknologi terus berkembang pesat dan membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan termasuk aspek ekonomi dan budaya. Sehingga dalam hal ini, untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dalam melakukan promosi terhadap suatu barang maupun jasa juga sangat dianjurkan dapat memanfaatkan teknologi berupa *platform digital* sebagai sarana pemasaran dan promosi. Hal ini, bertujuan agar *branding* semakin luas sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengenal produk maupun jasa tersebut (Badrut Tamam, 2025)

Di desa Andongrejo Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur terdapat salah satu aset yang dapat dikembangkan, yaitu aset budaya. Pada aset budaya tersebut, terdapat sanggar seni tertua di Jember yang didirikan oleh Bapak Sujo pada tahun 1920. Sekarang di tahun 2025 ini kepemimpinan sanggar seni dilanjutkan oleh generasi ke-8 (delapan) yakni Bapak Suyadi. Sanggar tersebut dikenal dengan nama Sanggar Seni "Omah Kuno". Sanggar Seni Omah Kuno adalah sanggar seni yang mewadahi orang-orang di sekitarnya baik dari kalangan muda sampai kalangan lansia untuk menyalurkan aspirasi dan memiliki kesamaan hobi dalam bidang seni (Lestari et al., 2019). Adanya Sanggar Seni Omah Kuno ini menjadi salah satu tempat untuk menyalurkan bakat dan minat serta untuk pengembangan diri sehingga menimbulkan rasa kepercayaan diri dan dapat mempererat rasa persaudaraan antara satu sama lain. Hal inilah yang menjadi alasan tim PKM memilih lokasi tersebut untuk mengadakan sebuah kegiatan berbentuk pendampingan dalam segi pemasarannya.

Secara umum, sanggar merupakan sebuah rumah yang umum digunakan oleh sebuah kelompok, komunitas maupun organisasi untuk melakukan sebuah kegiatan. Pengertian sanggar itu sendiri juga bisa diartikan sebagai tempat atau lembaga pelatihan yang mana lembaga pelatihan tersebut termasuk dalam kategori pendidikan nonformal (Lestari et al., 2019).

Sanggar seni yang menerapkan strategi *platform digital*, pada lazimnya akan mendapatkan keuntungan yang cukup tinggi dari banyak sisi. Namun strategi tersebut sekarang masih minim digunakan oleh kelompok sanggar seni

ini. Hal ini dikarenakan adanya kendala tentang penggunaan *platform digital*, maka dari itu diterapkan strategi penggunaan *platform digital* masih belum bisa berkembang secara meluas di kalangan penggiat sanggar seni (Hafid et al., 2023).

Sanggar bernama Seni Omah Kuno memiliki beberapa macam kesenian diantaranya kesenian tari, campursari dan musik gamelan. Kesenian tari terdiri dari Tari Jaranan, Tari Jatil, Barongan, dan Celengan. Tari Jaranan adalah kesenian tradisional Jawa yang berasal dari Ponorogo (Hafid et al., 2023). Jaranan merupakan pertunjukkan yang memadukan unsur tari, musik dan teater. Dalam penampilan jaranan diiringi alunan musik tradisional dan diwarnai dengan gerakan-gerakan tari yang bersifat dinamis. Tari Jatil adalah tarian tradisional Jawa yang berasal dari Surakarta. Tari ini merupakan tarian yang memadukan unsur-unsur tari klasik Jawa dengan gerakan-gerakan tari yang selaras. Tari Barongan adalah kesenian tari yang berasal dari Ponorogo yang dilengkapi instrumen gamelan dengan berirama rancak. Tari Celengan adalah perwakilan Tari Topeng dari Dusun Celeng, Lohbener, Indramayu. Walaupun punya keunikan sendiri, akan tetapi jika dilihat secara umum gaya ini cenderung sama dengan gaya tari topeng lainnya yaitu dengan perpaduan alat musik gamelan.

Berdasarkan proses wawancara awal dengan ketua sekaligus pengelola sanggar, terdapat kendala mendasar yang dihadapi. Dalam pengelolannya, proses pemasaran untuk memperkenalkan keberadaan sanggar ke publik masih dilakukan dengan sistem tradisional yaitu dari mulut ke mulut. Sehingga, keberadaan Sanggar Seni Omah Kuno ini masih belum diketahui secara luas oleh masyarakat khususnya masyarakat di wilayah Kabupaten Jember.

Aktifitas promosi atau pemasaran perlu dan penting dilakukan secara teratur dan berkelanjutan mengikuti perkembangan zaman. Di era sekarang, marak promosi yang dilakukan melalui media sosial atau yang biasa dikenal dengan istilah *platform digital*, seperti: *website*, *youtube*, dan sosial media lainnya (Awardani et al., 2024).

Dalam hal ini, ada beberapa kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) terdahulu yang relevan dengan kegiatan PkM ini diantaranya PKM Pendampingan *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Penjualan UKM Produksi Tahu di Desa Brani Kulon tahun 2022 dan PKM Pendampingan *Digital Marketing* untuk Meningkatkan Penjualan UKM Produksi Tahu di Desa Brani Kulon tahun 2023. Dari beberapa PkM terdahulu tersebut, maka pemasaran melalui *platform digital* sangat diperlukan untuk mengenalkan keberadaan dan eksistensi sanggar seni di Desa Andongrejo ini agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Sehingga, dalam hal ini program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Andongrejo berfokus pada kegiatan optimalisasi pemasaran sanggar seni 'Omah Kuno' melalui *platform digital*.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat ini tertuju pada kelompok Sanggar Seni Omah Kuno yang berlokasi di Desa Andongrejo, Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember dengan menggunakan metode ABCD (*Asset Based Community Development*) (Tamam et al., 2023). Konsep ABCD merupakan proses pembangunan komunitas yang dimulai dengan penemuan aset, keterampilan dan kapasitas warga, asosiasi warga serta lembaga lokal (McKnight & Kretzmann, 1993) (Ridwan et al., 2021) (Istalamatunnada et al., 2023).

Di desa ini terdapat aset budaya yaitu sanggar seni yang layak untuk dikembangkan karena termasuk kategori sanggar seni tertua di Kabupaten Jember dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa tersebut. Adapun dalam proses pengabdian ini terbagi menjadi beberapa tahapan sebagai berikut *Pertama* adalah pemetaan. *Kedua* adalah perencanaan. *Ketiga* adalah tahap pelaksanaan. *Keempat* adalah tahap monitoring dan evaluasi. Metode pendekatan ini memiliki keutamaan karena melakukan pemetaan aset terlebih dahulu yang dilakukan secara sistematis dan terorganisir (Ibrahima, 2018) (Al-Kautsari, 2019) (Kamelia & Pawhestri, 2021).



Gambar 1. Metode ABCD dalam Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Berdasarkan gambar 1, dapat dijelaskan mulai tahapan yang pertama sampai pada tahapan terakhir. Pada tahap pertama yakni pemetaan aset desa, pada tahap ini, dilakukan pemetaan aset dan potensi Desa Andongrejo. Aset yang dimaksud terdiri dari aset individu, aset sosial, aset agama dan budaya, aset fisik, aset sumber daya alam, aset ekonomi, dan aset teknologi melalui FGD dan *interview* dengan masyarakat desa.

Tahap selanjutnya adalah perencanaan program kerja yakni pada tahap ini, dilakukan diskusi terkait peluang aset desa yang dapat dikembangkan di desa tersebut dan menyusun program kerja prioritas yang akan dilakukan.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan program kerja. Pada tahap ini dilaksanakan program kerja prioritas terkait pendampingan optimalisasi pemasaran sanggar seni melalui platform digital diantaranya adalah pemasaran digital melalui media *website*, *YouTube*, *Tiktok*, *Instagram* dan *Facebook* (Ihtifahudin, 2022).

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi. Pada tahap terakhir ini dilakukan monitoring dan evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan untuk melakukan penilaian apakah pelaksanaan program kerja sudah tepat dalam mencapai tujuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini diawali dari tahap pemetaan aset yang dilakukan dengan metode wawancara dan observasi dengan narasumber para Kepala Dusun Desa Andongrejo dengan tujuan untuk mengetahui aset-aset yang ada di Desa tersebut. Setelah dilakukan wawancara dan observasi, ditemukan beberapa aset yang terdapat di Desa Andongrejo salah satunya adalah aset agama dan budaya.



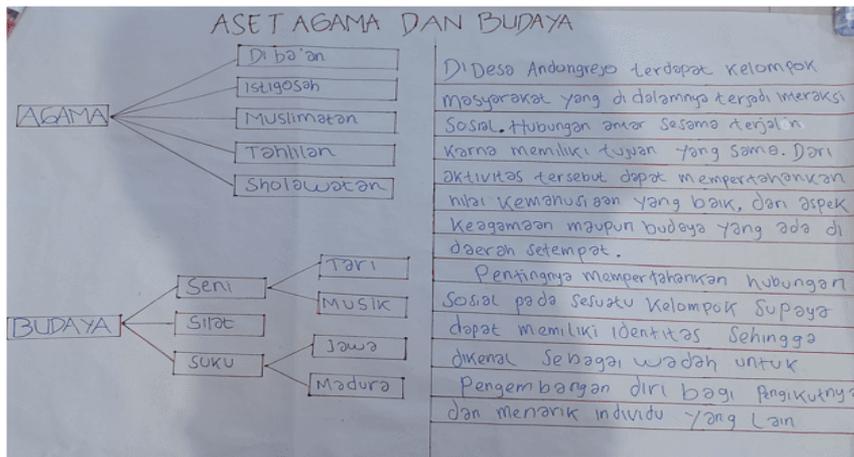
(a)



(b)

Gambar 2. Wawancara kepada Kepala Dusun

Berdasarkan Gambar 2 dilaksanakan kegiatan wawancara. Wawancara ini dilakukan oleh tim PKM dengan pihak Kepala Dusun yang ditempati KKN sekaligus PKM.



Gambar 3. Pemetaan Aset Agama dan Budaya

Pada gambar 3 disajikan aset agama dan budaya terdapat salah satu aset yang berupa sanggar seni tertua di Jember bernama sanggar seni 'omah kuno'.

Sanggar ini berdiri sejak tahun 1920 dan berlokasi di RW 5 Kelurahan Andongrejo. Hasil penemuan tim PKM, pada sanggar terdapat kendala dalam segi pemasaran. Dalam hal ini para penggiat sanggar seni masih menggunakan cara pemasaran tradisional yaitu dari mulut ke mulut dan kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran dan promosi secara *digital* (Rahayu et al., 2022). Untuk dapat mengembangkan sanggar seni di era digital ini, tim PKM membentuk tim pengabdian dan menyusun perencanaan program kerja.



Gambar 4. Diskusi Pembagian Tim

Berdasarkan Gambar 4, terdapat dalam diskusi ini tim PKM membentuk tim pengabdian untuk melaksanakan kegiatan pendampingan. Program kerja yang disepakati yaitu pendampingan dalam pengoptimalan pemasaran sanggar seni melalui *platform digital*. Tim ini dibagi menjadi tiga kelompok: pertama, kelompok pendampingan *website*. Kedua, kelompok pendampingan youtube. Ketiga, kelompok pendampingan sosial media (*tiktok dan instagram*). Tujuan dari pembagian kelompok ini untuk mempermudah proses pendampingan dalam pengoptimalan pemasaran sanggar seni melalui *platform digital*. Hal ini dikarenakan pada era globalisasi saat ini, digitalisasi sudah berkembang secara pesat. Para penggiat seni diharapkan dapat mampu mengadaptasi karya mereka agar tetap relevan supaya dapat bersaing di pasar yang sangat kompetitif ini. Penggiat seni dituntut agar selalu mengembangkan strategi-strategi publikasi yang mengikuti trend, ditengah kompetitifnya persaingan kebudayaan saat ini (Mulyani, 2014).

Pada tahap pelaksanaan program kerja, tim PKM awali dengan memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang pentingnya digitalisasi di zaman sekarang ini, tim PKM melakukan diskusi dengan para pengelola sanggar.



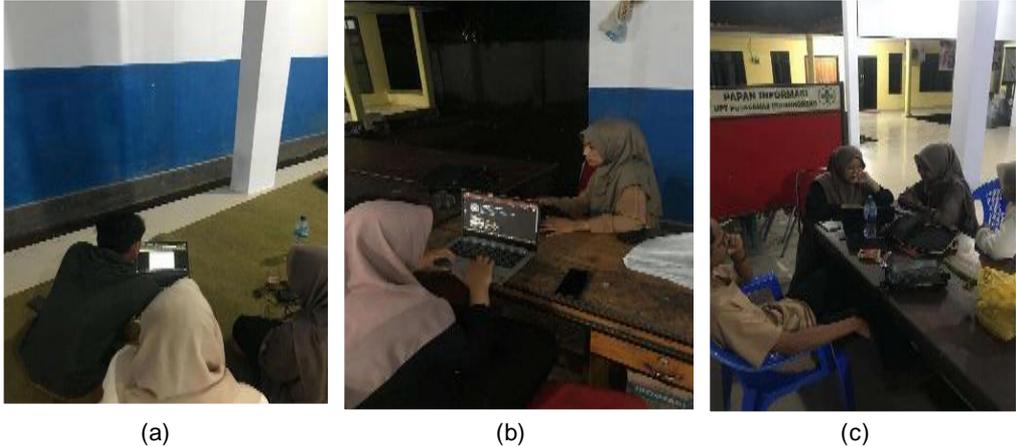
Gambar 5. Penyampaian Program Kerja kepada Pengelola Sanggar

Pada gambar 5, tim Pkm melaksanakan diskusi untuk membahas terkait pengembangan pemasaran sanggar seni melalui pemanfaatan media *digital*. Dengan memanfaatkan *platform digital*, para penggiat di Sanggar seni “Omah Kuno” dapat memperkenalkan kesenian mereka secara luas, baik di skala lokal, nasional maupun internasional. Penggunaan *platform digital* diharapkan tidak hanya membantu para penggiat sanggar seni dalam memasarkan karya mereka secara meluas, tetapi juga untuk mendorong agar lebih berani mengekspresikan kreativitas mereka dalam pembuatan konten di *platform digital*.

Tim PKm memberikan sosialisasi atau arahan dan penjelasan kepada para penggiat sanggar mengenai pengertian *platform digital*, tujuan, strategi, kelebihan dan kekurangannya (Fernando et al., 2023). *Platform digital* yang tim PKm sampaikan diantaranya : website, youtube, instagram, dan tiktok. Efektivitas website ini sebagai bahan pengembangan informasi secara *up to date* dan dapat di pahami oleh masyarakat luas menggunakan jaringan internet (Mubarak & Zaida Muflih, 2024).

Kemudian, youtube ini dapat disebut sebagai platfrom terbesar dalam dunia digital, oleh karena itu efektivitas youtube dapat memberikan peluang yang besar dalam peningkatan temuan akses kepada para pengguna (Febriyanto, 2021). Sedangkan, media sosial tidak hanya digunakan dalam berkomunikasi, tetapi efektivitasnya dapat digunakan sebagai media promosi atau branding dalam segi pendidikan, bisnis, dan lain sebagainya.

Tahap selanjutnya, tim pengabdian berbagi tugas pendampingan sesuai dengan hasil kesepakatan diskusi sebelumnya. Tim pengembang website mendampingi para penggiat untuk menulis sebuah profil sanggar seperti berikut [Sanggarseniomahkuno.com - Profile Sanggar](http://Sanggarseniomahkuno.com) . Tim youtube bersama dengan penggiat membuat video profil menghasilkan link berikut : [Eksplorasi, Sanggar Seni Omah Kuno!!! Let's Go](https://www.youtube.com/watch?v=...) . Tim sosial media lainnya mendampingi penggiat untuk membuat dan mengembangkan sebuah video sesuai link sebagai berikut <https://vt.tiktok.com/ZS6EsfFLC/> . Semua tahapan PKm tersebut sesuai pada Gambar 6.



Gambar 6. Pembuatan Website Sanggar, akun youtube dan akun media sosial

Tahap terakhir dari kegiatan pengabdian ini yaitu melakukan monitoring dan evaluasi terkait program kerja yang telah dilaksanakan. Tahap ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dalam menjalankan program kerja. Proses evaluasi ini diibaratkan sebuah refleksi spiral yang setiap unsurnya saling terkait satu sama lainnya (Kemmis, 1983). Meski dapat dibedakan antara monitoring dan evaluasi secara jelas, tetapi keberadaan keduanya akan saling melengkapi keberhasilan suatu program atau kegiatan. Berdasarkan kegiatan tersebut, diketahui bahwa hasil program kerja membawa dampak baik bagi sanggar seni. Dari hasil pengembangan tersebut, sanggar seni ‘omah kuno’ semakin dikenal luas oleh masyarakat Jember dan mendapat apresiasi dari pihak pemerintah Kabupaten Jember.



Gambar 7. Proses Monitoring Dan Evaluasi Kepada Pengelola Sanggar

SIMPULAN

Berdasarkan hasil program kerja yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan pengoptimalan pemasaran menggunakan platform digital sudah terlaksana dengan baik. Pengoptimalan seperti ini membantu sanggar seni omah kuno untuk meningkatkan promosi secara meluas, sehingga nantinya dapat meningkatkan omset sanggar secara luas.

Hasil dari seluruh kegiatan yang telah dilakukan, sangat disarankan supaya pengambilan video untuk diunggah ke platform digital dilakukan secara rutin dan berkala agar semua kegiatan yang dilaksanakan dapat terunggah di akun sosial media yang sudah dibuat. Implikasi dari kegiatan ini yaitu dengan adanya peningkatan dalam pemasaran dan pengenalan, yang mana awalnya hanya warga desa setempat yang mengetahui namun sekarang sudah melebar ke masyarakat Jember.

Dalam meninjau keberlanjutan program yang telah di laksanakan tim PKm mengharapkan adanya pembentukan tim, dimana pembentukan ini digunakan untuk menjaga dan mengembangkan kesenian jaranan yang telah lama didirikan. Selain itu, tim PKm juga mengharapkan adanya kerjasama berkelanjutan antara pemilik sanggar dengan pihak karang taruna untuk bisa mengoptimalkan *platform digital* yang telah dibentuk.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259–278.
- Awardani, N. F., Santoso, P. K. P., Hardhika, P. A. P., Agustina, F. S., Faidah, L., Nurholisoh, N. A. N., Sakinah, Y., & Billah, M. (2024). Sosialisasi Pemasaran Produk Melalui Platform Digital (Digital Marketing) Sebagai Optimalisasi Santripreneurship Berbasis Ekonomi Kreatif Digital . *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2 Se-Articles), 343–349.
- Badrut Tamam, Dkk. (2025). Strategi Branding Desa Berbasis Abcd: Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial Bagi Masyarakat Desa Cumedak. *Khidmah Nusantara*, 1(2 Se-Articles), 186–202. <https://doi.org/10.69533/Etzb7195>
- Eka Yuda Wibawa, A. (2021). Implementasi Platform Digital Sebagai Media Pembelajaran Daring Di Mi Muhammadiyah Pk Kartasura Pada Masa Pandemi Covid-19. *Berajah Journal*, 1(2 Se-Article), 76–84. <https://doi.org/10.47353/Bj.V1i2.27>
- Febriyanto. (2021). Optimalisasi Seni Dan Budaya Dalam Mitigasi Teror Dan Radikalisme. *Al-Ulum*. <https://doi.org/10.30603/Au.V2i1i2.2393>
- Fernando, F., Bemana, A. L., & Ananta, A. (2023). Pelatihan Digitalisasi Manajemen Dan Pemasaran Produk Ikm Kabupaten 50 Kota. *Sureq:*

- Jurnal Pengabdian Masyarakat Berbasis Seni Dan Desain*, 2(2), 63.
<https://doi.org/10.26858/Srq.V2i2.48640>
- Hafid, H., Meliyana, S. M., Pratama, Muh. I., & Hamka, R. A. (2023). Optimalisasi Media Sosial Sanggar Seni Budaya Saorajae Sulawesi Selatan Melalui Pemanfaatan Canva Sebagai Aplikasi Desain Grafis. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1 Se-Articles), 29–33.
- Ibrahima, A. B. (2018). Asset Based Community Development (Abcd). In *Transforming Society*. <https://doi.org/10.4324/9781315205755-17>
- Ihtifahudin, A. N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Social Media Marketing Pada Sanggar Seni Pelangi Entertainment. *Ikonik : Jurnal Seni Dan Desain*. <https://doi.org/10.51804/ljsd.V4i1.1597>
- Istalamatunnada, I., Azzahro, F., Yuniati, K., Lustiani, F., & Nugraha, N. (2023). Mengembangkan Potensi Umkm Menggunakan Teknik Abcd Melalui Pelatihan Digital Marketing: Di Desa Pabuaran, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 3(2), 61–66.
- Kamelia, M., & Pawhestri, S. W. (2021). Pemberdayaan Petani Karet Desa Adi Mulyo Dengan Pendekatan Asset-Based Community Development. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3288–3300.
- Kemmis, S. (1983). *Orientations To Curriculum And Transition: Towards The Socially-Critical School*. Eric.
- Lestari, I., Yuliasuti, I. A. N., & ... (2019). Peningkatan Pemasaran Sanggar Seni Sekar Dewata Dalam Mewadahi Minat Dan Bakat Anak-Anak Difabel. ... *Nasional Ilmiah & ...*
<https://doi.org/https://doi.org/10.30998/Simponi.V1i1.493>
- Mcknight, J., & Kretzmann, J. (1993). *Building Communities From The Inside Out: A Path Toward Finding And Mobilizing A Community's Assets*. Chicago. Acta Publications.
- Mubarok, A., & Zaida Muflih, G. (2024). Implementasi Website Sebagai Media Digital Marketing Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(1), 15–23.
<https://doi.org/10.36040/Jati.V9i1.12146>
- Mulyani, S. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Umkm Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.34001/Jdeb.V11i2.207>
- Nizar Haris Masruri. (2022). Kajian Metode Seo Berbasis On-Page Sebagai Strategi Meningkatkan Visibilitas Website Di Serp. *Jurnal Teknologi Informasi: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Bidang Teknik Informatika*. <https://doi.org/10.471111/Jti.V16i1.3645>
- Rahayu, D. A., Mangsur, F. Al, & Anggia, A. A. (2022). Sosialisasi Pengenalan Seni Budaya Lokal Kepada Masyarakat Desa Boyolangu Melalui

Digitalisasi Untuk Meningkatkan Nasionalisme. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*. <https://doi.org/10.54082/Jamsi.563>

Ridwan, T., Nursandi, D., Lestari, E. W., Sultony, F., Fajar, I., Agusetiawati, I., Melinda, M., Selvina, N., & Syifa, S. (2021). Potensi Umkm Dalam Penguatan Bumdes Desa Cempaka Dengan Pendekatan Abcd Di Era Pandemi Covid-19. *Comserva: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 150–158.

Tamam, B., Rohmad Agus Solihin, Ubaidillah Al Akhro, Nur Hafidhotul Ilma, Musfikil Wildan, Mochammad Sholeh, Syarifatul Amaliyah, Ifadatullailiyah, Firda Infitahul Mawarddah, & Muhammad Aldin Hamdani. (2023). Coffee Processing Assistance For Hyang Argopuro Coffee Farmers Using The Abcd (Asset Based Community Development) Approach. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 194–200. <https://doi.org/10.30997/Qh.V9i2.8222>