



Optimalisasi Kreativitas Dalam Manajemen Pemasaran: Pengabdian Masyarakat Untuk Peningkatan Daya Saing Usaha

^{1*}Nanda Rodiyana, ²Laura Komala, ³Rahadyan Tajuddin
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
Email: dosen02037@unpam.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v2i1.123>

Diterima: 27 Mei 2024; Direvisi: 3 Juni 2024; Dipublikasikan: 9 Juni 2024

Abstract

Optimizing creativity in marketing management is crucial for enhancing the competitiveness of businesses, whether large enterprises or small and medium-sized enterprises (SMEs). Community engagement can assist in enhancing creativity in marketing management, as demonstrated in community engagement activities focusing on optimizing the marketing of SME food businesses through the utilization of Whatsapp Business. Training and mentoring accompanied by practical exercises and assignments for formulating marketing strategies for each participant can help them understand the materials provided and develop better competencies. General objective of this community engagement activity is to understand and utilize technology and the role of creativity in marketing management, emphasizing the importance of developing creative skills in students as preparation for facing the increasingly fierce business competition in the era of globalization. Outcome, through integrating creativity with community engagement approaches, enables students to create significant differentiation in the market, strengthen customer relationships, and ultimately enhance overall business competitiveness.

Keyword : Creativity, Technology

Abstrak

Optimalisasi kreativitas dalam manajemen pemasaran adalah sangat penting untuk meningkatkan daya saing usaha, baik itu usaha besar maupun usaha kecil dan menengah (UMKM). Pengabdian masyarakat dapat membantu dalam peningkatan kreativitas dalam manajemen pemasaran, seperti yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengenai optimalisasi pemasaran UMKM makanan dengan pemanfaatan Whatsapp Business. Pelatihan dan pendampingan yang disertai dengan praktik dan penugasan untuk perumusan strategi pemasaran usaha tiap peserta dapat membantu peserta mampu memahami materi yang diberikan dan memiliki kompetensi yang lebih baik. Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara umum untuk memahami dan memanfaatkan teknologi serta peran kreativitas dalam manajemen pemasaran dan pentingnya pengembangan keterampilan kreatif pada siswa sebagai bekal untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi. Hasilnya dengan mengintegrasikan kreativitas dengan pendekatan pengabdian masyarakat, siswa/i dapat menciptakan diferensiasi yang signifikan di pasar, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan pada akhirnya, meningkatkan daya saing usaha secara keseluruhan.

Kata-kata kunci: Kreativitas, Teknologi

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, inovasi dan kreativitas bukan hanya menjadi kunci sukses bagi siswa/i, tetapi juga penting untuk dikembangkan sejak dini

oleh generasi muda. Kreativitas merupakan kemampuan untuk memecahkan masalah dengan cara yang baru dan tidak konvensional, yang dapat menginspirasi perubahan positif dalam berbagai aspek kehidupan. Manajemen pemasaran merupakan salah satu bidang yang menarik bagi siswa untuk dieksplorasi, karena memungkinkan mereka untuk menggabungkan kreativitas dengan strategi bisnis yang efektif. Dengan memahami prinsip-prinsip dasar manajemen pemasaran, siswa dapat belajar bagaimana menciptakan nilai bagi pelanggan dan memperkuat citra merek.

Pengabdian masyarakat menjadi dimensi penting yang dapat diintegrasikan dalam pembelajaran manajemen pemasaran bagi siswa. Melalui proyek-proyek pengabdian masyarakat, siswa dapat mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang mereka pelajari dalam kelas untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan kreativitas siswa dalam menyelesaikan masalah nyata, tetapi juga membentuk sikap empati dan tanggung jawab sosial yang penting dalam pembentukan karakter mereka. Dengan memperkenalkan konsep optimalisasi kreativitas dalam manajemen pemasaran melalui pengabdian masyarakat kepada siswa, sekolah dapat membantu mempersiapkan mereka untuk menjadi pemimpin masa depan yang mampu menghadapi tantangan kompleks dalam dunia bisnis. Siswa akan belajar bagaimana menggunakan kreativitas mereka untuk menciptakan solusi yang inovatif dalam memecahkan masalah sosial dan lingkungan, sambil tetap memperhatikan tujuan bisnis yang berkelanjutan.

Perlu diakui bahwa tidak semua siswa memiliki akses atau kesempatan untuk terlibat dalam pengabdian masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi sekolah dan lembaga pendidikan untuk memastikan bahwa peluang-peluang ini tersedia untuk semua siswa, tanpa memandang latar belakang atau kondisi ekonomi mereka. Dengan demikian, penekanan pada optimalisasi kreativitas dalam manajemen pemasaran dengan pendekatan pengabdian masyarakat pada siswa dapat menjadi langkah penting dalam mempersiapkan generasi masa depan yang memiliki keterampilan dan nilai-nilai yang diperlukan untuk memajukan masyarakat dan meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Optimalisasi kreativitas dalam manajemen pemasaran adalah sangat penting untuk meningkatkan daya saing usaha, baik itu usaha besar maupun usaha kecil dan menengah (UMKM). Pengabdian masyarakat dapat membantu dalam peningkatan kreativitas dalam manajemen pemasaran, seperti yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengenai optimalisasi pemasaran UMKM makanan dengan pemanfaatan Whatsapp Business (Syarif, dkk., 2022). Pelatihan dan pendampingan yang disertai dengan praktik dan penugasan untuk perumusan strategi pemasaran usaha tiap peserta dapat membantu peserta mampu memahami materi yang diberikan dan memiliki kompetensi yang lebih baik (Meilina, dkk., 2022).

Strategi pemasaran yang efektif dan aplikatif dapat membantu usaha meningkatkan penjualan dan daya saing produk (Hairudinor & Hidayat, 2023). Peningkatan kreativitas dalam manajemen pemasaran dapat menggunakan teknologi digital seperti digital marketing, yang dapat menjadi strategi promosi dan pemasaran produk untuk meningkatkan penjualan dan daya saing produk hasil UMKM (Hairudinor & Hidayat, 2023). Siswa dapat mempraktikkan kreativitas dalam manajemen pemasaran melalui pelatihan dan praktik seperti pengembangan strategi pemasaran, penggunaan teknologi sosial media, dan pengembangan produk yang efektif. Dalam konteks pendidikan, pengintegrasian konsep optimalisasi kreativitas dalam manajemen pemasaran dengan pendekatan pengabdian masyarakat dapat dilakukan melalui berbagai metode pembelajaran yang melibatkan siswa secara aktif. Misalnya, sekolah dapat mengadakan proyek-proyek kolaboratif yang mendorong siswa untuk merancang kampanye pemasaran yang tidak hanya mencakup aspek komersial, tetapi juga memberikan manfaat sosial bagi masyarakat.

Selain itu, pembelajaran berbasis proyek yang berpusat pada pengabdian masyarakat dapat memungkinkan siswa untuk memahami lebih dalam tantangan nyata yang dihadapi oleh komunitas mereka. Dengan bekerja langsung dengan berbagai pemangku kepentingan lokal, seperti organisasi nirlaba, usaha kecil, atau komunitas terpinggirkan, siswa dapat mengembangkan pemahaman yang lebih luas tentang dinamika pasar dan dampak bisnis terhadap masyarakat. Melalui kegiatan semacam ini, siswa dapat mengasah keterampilan kreatif mereka dalam merancang strategi pemasaran yang inovatif, sambil juga mengembangkan kemampuan analisis, komunikasi, dan kepemimpinan yang diperlukan dalam dunia bisnis. Lebih dari sekadar teori, pengalaman langsung ini memungkinkan siswa untuk mengaitkan konsep-konsep akademis dengan aplikasi praktis dalam kehidupan nyata. Selain itu, pendidik juga dapat memanfaatkan teknologi dan sumber daya online untuk mendukung pembelajaran kreatif dalam manajemen pemasaran. Dengan menggunakan studi kasus, simulasi, dan permainan berbasis komputer, siswa dapat diberi kesempatan untuk mengembangkan strategi pemasaran mereka dalam lingkungan virtual yang realistis, tanpa perlu meninggalkan kelas. Pentingnya integrasi kreativitas dan pengabdian masyarakat dalam pembelajaran manajemen pemasaran bagi siswa tidak hanya berkaitan dengan pengembangan keterampilan individu, tetapi juga dengan mempersiapkan generasi yang peduli dan bertanggung jawab terhadap masa depan bisnis dan masyarakat. Dengan memperkuat hubungan antara pendidikan, inovasi, dan pengabdian masyarakat, sekolah dapat berperan sebagai motor penggerak perubahan positif dalam menciptakan lingkungan belajar yang berdaya saing dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Mengadakan sosialisasi yang dilaksanakan di SMK Putra Pertiwi. Metode yang digunakan adalah metode ceramah yang di mulai dengan pemaparan teori. Dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Pertama

Tahap pertama merupakan perencanaan kegiatan yang akan dilakukan. Proses perencanaan meliputi identifikasi kebutuhan, identifikasi potensi dan kelemahan yang ada, menentukan jalan keluar dan kegiatan yang akan dilakukan, dan membuat pengorganisasian kegiatan. Perencanaan disusun sendiri oleh siswa SMK Putra Pertiwi. Sedangkan tim pengabdian masyarakat akan bertindak sebagai fasilitator.

2. Tahapan Kedua

Tahap kedua merupakan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan dilaksanakan bersama-sama oleh siswa SMK Putra Pertiwi sesuai dengan yang telah direncanakan. Sedangkan tim pengabdian masyarakat akan bertindak sebagai narasumber.

3. Tahap Ketiga

Pada tahap ketiga, dilakukan monitoring dan evaluasi kegiatan. Proses ini juga dilakukan sendiri oleh siswa SMK Putra Pertiwi. Tim pengabdian masyarakat hanya akan bertindak sebagai fasilitator.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya untuk mengoptimalkan kreativitas dalam manajemen pemasaran dengan memanfaatkan pendekatan pengabdian masyarakat, hasil yang diharapkan adalah:

1. Peningkatan Daya Saing Usaha: Dengan mengadopsi strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif, yang didukung oleh keterlibatan aktif dengan masyarakat, siswa/i dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar. Ini dapat tercermin dalam peningkatan pangsa pasar, keuntungan yang lebih besar, dan citra merek yang lebih positif.

2. Hubungan yang Lebih Kokoh dengan Pelanggan: Melalui pengabdian masyarakat, siswa/i dapat membangun hubungan yang lebih erat dan bermakna dengan pelanggan mereka. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan nilai-nilai pelanggan secara lebih baik, siswa/i dapat menyampaikan pesan pemasaran yang lebih relevan dan menarik, serta menawarkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan harapan mereka.
3. Inovasi Berkelanjutan: Kolaborasi dengan masyarakat, termasuk pelanggan, komunitas lokal, dan lembaga pendidikan, dapat menjadi sumber inspirasi dan ide-ide baru. Dengan memanfaatkan wawasan dan perspektif yang beragam, siswa/i dapat terus menghasilkan inovasi yang membedakan mereka dari pesaing.
4. Pembentukan Citra Siswa/i yang Positif: Melalui pengabdian masyarakat, siswa/i dapat memperkuat citra mereka sebagai agen perubahan yang peduli terhadap kepentingan masyarakat. Ini dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta mendukung reputasi merek yang kuat dan bertanggung jawab.
5. Keberlanjutan Jangka Panjang: Dengan memperhatikan aspek keberlanjutan dan etika dalam strategi pemasaran mereka, siswa/i dapat memastikan bahwa pertumbuhan mereka tidak hanya berkelanjutan dari segi finansial, tetapi juga dari segi sosial dan lingkungan.
6. Pemimpin dalam Industri: Dengan mengadopsi pendekatan yang inovatif dan berkelanjutan terhadap manajemen pemasaran, siswa/i dapat menjadi pemimpin dalam industri mereka, menetapkan standar baru untuk praktik bisnis yang berkelanjutan dan tanggap terhadap masyarakat.

Dengan mencapai hasil ini, siswa/i dapat memperkuat posisi mereka di pasar, menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan dan masyarakat, serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan sosial yang berkelanjutan.



Gambar 1. Foto Evaluasi Siswa/i

Dalam pembahasan mengenai optimalisasi kreativitas dalam manajemen pemasaran melalui pendekatan pengabdian masyarakat, terdapat beberapa poin penting yang perlu dipertimbangkan:

1. Kreativitas sebagai Fondasi Strategi Pemasaran

Kreativitas tidak hanya menjadi nilai tambah, tetapi juga menjadi landasan utama dalam pengembangan strategi pemasaran yang sukses. Dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, siswa/i perlu terus-menerus berinovasi untuk tetap relevan dan bersaing. Oleh karena itu, penting untuk memahami peran kreativitas dalam menciptakan nilai tambah bagi siswa/i.

2. Pentingnya Keterlibatan dengan Masyarakat

Pengabdian masyarakat tidak hanya tentang memberi kembali kepada komunitas, tetapi juga tentang membangun hubungan yang erat antara siswa/i dan lingkungannya. Melalui keterlibatan yang berkelanjutan dengan masyarakat, siswa/i dapat memperoleh wawasan yang lebih dalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan merek mereka.

3. Kolaborasi dan Kemitraan yang Produktif

Kolaborasi antara siswa/i, pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal dapat menghasilkan ide-ide baru yang kreatif dan solusi yang inovatif untuk tantangan yang dihadapi oleh siswa/i. Kemitraan semacam itu memungkinkan pertukaran pengetahuan dan sumber daya yang berharga, serta memperluas jangkauan siswa/i di masyarakat.

4. Pengukuran Kinerja dan Pembelajaran Berkelanjutan

Penting untuk mengukur kinerja kreativitas dalam strategi pemasaran dan terus belajar dari pengalaman untuk meningkatkan efektivitasnya. Dengan menganalisis data dan umpan balik, siswa/i dapat menyesuaikan pendekatan mereka agar sesuai dengan perubahan dalam pasar dan lingkungan bisnis.

5. Keberlanjutan dan Etika dalam Tindakan

Dalam upaya untuk mengoptimalkan kreativitas, siswa/i harus memperhatikan aspek keberlanjutan dan etika. Strategi pemasaran yang kreatif harus menghasilkan nilai jangka panjang, sambil mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan yang mungkin dihasilkan.

6. Studi Kasus dan Best Practices

Melalui studi kasus dan contoh praktik terbaik, siswa/i dapat mempelajari dari pengalaman orang lain dan menerapkan strategi yang terbukti berhasil dalam konteks mereka sendiri. Ini membantu mengilustrasikan bagaimana pengabdian masyarakat dapat meningkatkan kreativitas dalam manajemen pemasaran dan memberikan hasil yang positif bagi siswa/i.

Dengan mempertimbangkan semua aspek ini, siswa/i dapat mengembangkan pendekatan yang holistik untuk mengoptimalkan kreativitas dalam manajemen pemasaran mereka, sambil memanfaatkan pendekatan pengabdian masyarakat untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pelanggan dan masyarakat secara luas.



Gambar 2. Foto Bersama Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam sebuah era bisnis yang semakin kompetitif dan berubah dengan cepat, optimalisasi kreativitas dalam manajemen pemasaran menjadi kunci utama untuk meningkatkan daya saing usaha. Dalam konteks ini, pengabdian masyarakat menawarkan pendekatan yang kuat untuk memperluas cakupan kreativitas dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan ini:

1. Kreativitas sebagai Landasan Utama Pemasaran: Kreativitas tidak lagi hanya menjadi nilai tambah, tetapi merupakan landasan utama dalam mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif dan berdaya saing tinggi.
2. Peran Pengabdian Masyarakat: Pengabdian masyarakat bukan hanya tentang memberi kembali kepada komunitas, tetapi juga tentang menciptakan hubungan yang erat antara bisnis dan lingkungannya. Melalui keterlibatan yang berkelanjutan dengan masyarakat, siswa/i dapat membangun pemahaman yang lebih dalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan.
3. Kemitraan dan Kolaborasi: Pengabdian masyarakat memungkinkan untuk kemitraan yang kuat antara bisnis, pemerintah, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal. Kolaborasi semacam itu dapat menghasilkan ide-ide kreatif baru, serta solusi yang lebih efektif untuk tantangan yang dihadapi oleh siswa/i.
4. Keberlanjutan dan Etika: Dalam mengoptimalkan kreativitas, penting untuk mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan etika. Strategi pemasaran yang kreatif harus diarahkan pada penciptaan nilai jangka panjang, sambil memperhatikan dampak sosial dan lingkungan yang mungkin dihasilkan.
5. Pengukuran Kinerja dan Penyesuaian: Pengukuran kinerja kreativitas dalam manajemen pemasaran menjadi kunci untuk memastikan efektivitas strategi yang diimplementasikan. Dengan menganalisis data dan mendengarkan umpan balik, siswa/i dapat terus menyesuaikan pendekatan mereka agar sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berubah.
6. Pembelajaran Terus-Menerus: Kreativitas dalam manajemen pemasaran adalah proses yang dinamis dan terus berkembang. Siswa/i harus terus mendorong budaya pembelajaran yang memungkinkan karyawan untuk bereksperimen, belajar dari kegagalan, dan terus mengembangkan ide-ide baru.

Dengan mengintegrasikan kreativitas dengan pendekatan pengabdian masyarakat, siswa/i dapat menciptakan diferensiasi yang signifikan di pasar, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan pada akhirnya, meningkatkan daya saing usaha secara keseluruhan.

Saran

Berikut adalah beberapa saran untuk mengoptimalkan kreativitas dalam manajemen pemasaran melalui pendekatan pengabdian masyarakat:

1. Budayakan Budaya Kreatif di Seluruh Organisasi: Membangun budaya siswa/i yang mendukung kreativitas adalah kunci untuk menginspirasi ide-ide baru. Dorong karyawan untuk berpikir di luar kotak, mengajukan ide-ide baru, dan berkolaborasi secara aktif.
2. Aktif Terlibat dengan Masyarakat: Berinvestasi dalam program-program pengabdian masyarakat yang sesuai dengan nilai dan misi siswa/i. Ini bisa meliputi kegiatan amal, proyek-proyek sukarelawan, atau kemitraan dengan organisasi non-profit untuk memecahkan masalah sosial.
3. Memanfaatkan Teknologi dan Media Sosial: Gunakan teknologi dan media sosial sebagai alat untuk terlibat dengan masyarakat secara lebih langsung. Dengan memanfaatkan platform-platform ini, siswa/i dapat memperoleh wawasan yang berharga tentang

kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta mempromosikan nilai-nilai merek mereka dengan cara yang kreatif.

4. Membangun Kemitraan yang Berkelanjutan: Jalin kemitraan strategis dengan lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, dan pihak lain yang memiliki kepentingan serupa. Kolaborasi semacam ini dapat menciptakan kesempatan untuk pertukaran pengetahuan dan sumber daya yang saling menguntungkan, serta memperluas jangkauan siswa/i di masyarakat.
5. Berinvestasi dalam Pengembangan Karyawan: Memberikan pelatihan kreativitas dan pengembangan pribadi kepada karyawan agar mereka dapat memperluas keterampilan dan wawasan mereka. Karyawan yang merasa didukung untuk berinovasi dan bereksperimen cenderung lebih berkontribusi terhadap keberhasilan strategi pemasaran kreatif.
6. Mengukur dan Mengevaluasi Kinerja: Tetap terlibat dengan pelanggan dan masyarakat secara aktif, dan terus-menerus mengukur dampak dari inisiatif pengabdian masyarakat. Melalui analisis data dan umpan balik, siswa/i dapat mengevaluasi efektivitas strategi mereka dan membuat penyesuaian yang diperlukan.
7. Mengambil Risiko yang Terukur: Kreativitas sering kali melibatkan mengambil risiko. Namun, siswa/i harus memastikan bahwa risiko ini terukur dan sesuai dengan nilai dan tujuan mereka. Dengan mengambil risiko yang terukur, siswa/i dapat menciptakan ide-ide yang inovatif dan membedakan diri dari pesaing.

Dengan menerapkan saran-saran ini, siswa/i dapat mengoptimalkan kreativitas dalam manajemen pemasaran mereka melalui pendekatan pengabdian masyarakat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing mereka dan menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan dan masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Emma. 2023. Digital Marketing: Defini, Jenis, serta Manfaatnya untuk Bisnis Anda. <https://sleekflow.io/id-id/blog/definisi-digital-marketing-dan-manfaatnya> (diakses 26 Mei 2024).
- Aziz, T., Haryadi, R. N., Riyanto, S., & Usman, H. M. (2023). The Effect of Marketing Mix and Brand Image towards Interest of Students at Riyadlul Jannah Islamic High School Joggol. *International Journal of Sharia Business Management*, 2(2), 49-56.
- Hairudinor & Rizki Muslim Hidayat. 2023. Pelatihan Pengembangan Usaha Dan Optimalisasi Kreativitas UMKM Melalui Digital Marketing Di Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*. Vol. 3, No. 1, Hal. 72-78.
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.
- Herawati, Annisa. 2023. Cara Menentukan KPI Pemasaran Beserta Contohnya. <https://kledo.com/blog/kpi-pemasaran/> (diakses 26 Mei 2024).
- Hidayat, Habib. 2022. Kreativitas dalam Marketing, Berperan Penting dalam Upaya Menjangkau Pelanggan. <https://myrobin.id/untuk-bisnis/kreativitas-dalam-marketing/> (diakses 26 Mei 2024).
- Kumala, D., Herawati, E., & Haryadi, R. N. (2024). Analysis of Decreasing Sales Turnover of Muslim Clothes in Tanah Abang Market Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 5(1), 69-79.
- MTarget. 2022. Digital Marketing vs Tradisional Marketing. <https://mtarget.co/blog/digital-marketing-vs-tradisional-marketing/> (diakses 26 Mei 2024).

- Nafadanada. 2024. Meningkatkan Efektivitas Manajemen Pemasaran dengan Kreativitas. <https://bms.telkomuniversity.ac.id/meningkatkan-efektivitas-manajemen-pemasaran-dengan-kreativitas/> (diakses 26 Mei 2024).
- Restin Meilina, dkk. 2022. Optimalisasi Strategi Pemasaran Untuk Penguatan Kelompok UMKM Desa Karangtalun Kabupaten Kediri. *Abdimas Akademika*. Vol. 3, No. 2, Hal. 110-119.
- Syarif, dkk. 2022. Optimalisasi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Makanan Dengan Pemanfaatan Whatsapp. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*. Vol. 2, No. 1, Hal. 54-66.
- Tasim, Clarin. 2024. 8 Cara Mengukur Efektivitas Pemasaran dengan Benar. <https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/cara-mengukur-efektivitas-pemasaran/> (diakses 26 Mei 2024).