



PENINGKATAN KOMPETENSI DAN KEMANDIRIAN PEMASARAN DIGITAL PADA PELAKU UMKM PEREMPUAN MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN DIGITAL OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS HALU OLEO DI KOTA KENDARI

ENHANCING THE DIGITAL MARKETING COMPETENCE AND INDEPENDENCE OF WOMEN-OWNED MSMEs THROUGH DIGITAL CONTENT CREATION TRAINING CONDUCTED BY HALU OLEO UNIVERSITY STUDENTS IN KENDARI CITY

Najwatul Hijriyah^{1*}, Andi Marwah Ramadhani², Syukrina Bte Amirudin³, Muh Taqwa Tajuddin⁴, Ferdi Ashari Bahar⁵, Glorijan Gerhan Mangalla⁶, Muh Ikhwan Ghazalah⁷, Al Mustakfi Zulbilal⁸, Muhammad Fathan Fuad⁹, Rizal Adi Saputra¹⁰, Jumadil Nangi¹¹, Ihsan Sarita¹², Isnawaty¹³

^{1*2,3,....13} Universitas Halu Oleo, Indonesia

^{1*}Email: najwatulhijriyah@gmail.com

Article History:

Received: April 17th, 2026

Revised: June 10th, 2026

Published: June 15th, 2026

Abstract: *The rapid development of digital technology requires Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to utilize digital media as a product marketing tool. However, most women-owned MSMEs in Kendari City still face limitations in creating engaging and effective digital promotional content. This community service program aimed to improve the digital marketing competence and independence of women MSME entrepreneurs through digital content creation training. The method employed was a participatory approach involving material presentation, hands-on practice, individual mentoring, and activity evaluation. The training was conducted over two days and covered product photography and videography techniques using smartphones, content editing with Canva, and the utilization of Artificial Intelligence (AI) through Gemini for promotional poster creation. The results showed an improvement in participants' knowledge and skills in producing more attractive, creative, and professional visual content. Furthermore, participants became more confident and independent in utilizing digital technology as a marketing medium for their products. This activity demonstrates that practice-based training combined with direct mentoring is effective in enhancing the digital marketing capabilities of women MSME entrepreneurs in the digital era.*

Keywords: *Women-Owned MSMEs, Digital Marketing, Digital Content*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produk. Namun, sebagian

besar UMKM perempuan di Kota Kendari masih mengalami keterbatasan dalam pembuatan konten promosi digital yang menarik dan efektif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi dan kemandirian pemasaran digital pelaku UMKM perempuan melalui pelatihan pembuatan konten digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui penyampaian materi, praktik langsung, pendampingan individual, serta evaluasi kegiatan. Pelatihan dilaksanakan selama dua hari dengan materi meliputi teknik fotografi dan videografi produk menggunakan smartphone, pengeditan konten menggunakan Canva, serta pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) melalui Gemini dalam pembuatan poster promosi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menghasilkan konten visual yang lebih menarik, kreatif, dan profesional. Selain itu, peserta menjadi lebih percaya diri dan mandiri dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran produk. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis praktik dan pendampingan langsung efektif dalam meningkatkan kemampuan pemasaran digital pelaku UMKM perempuan di era digital.

Kata Kunci: UMKM Perempuan, Pemasaran Digital, Konten Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam pola pemasaran usaha, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemanfaatan pemasaran digital menjadi salah satu strategi penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, serta memperkuat daya saing usaha di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin bergeser ke platform digital. Namun demikian, tidak semua pelaku UMKM mampu memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut secara optimal. Ibu-ibu pelaku UMKM, yang berperan penting sebagai penggerak ekonomi keluarga, masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, terutama dalam hal pembuatan konten pemasaran yang menarik dan efektif. (Supriadi 2024)

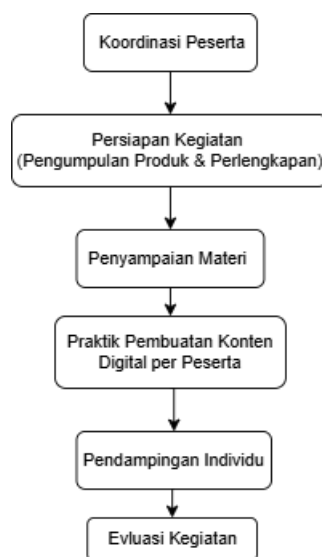
Kondisi objektif yang ditemukan pada ibu-ibu pelaku UMKM di Kota Kendari menunjukkan bahwa sebagian besar usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Berdasarkan hasil observasi awal dan komunikasi dengan pelaku UMKM, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran masih belum optimal. Banyak pelaku usaha belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam membuat konten digital, seperti pengambilan foto produk yang menarik, penyusunan pesan promosi, serta pemilihan media digital yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar. Kondisi ini menyebabkan potensi pemasaran digital yang seharusnya dapat meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan produk belum dimanfaatkan secara maksimal. (Arsyad et al. 2026)

Permasalahan rendahnya kompetensi pemasaran digital tersebut menjadi isu utama yang melatarbelakangi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Fokus pengabdian diarahkan pada penguatan kompetensi pemasaran digital melalui pelatihan pembuatan konten digital, karena konten merupakan salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran berbasis media digital. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman sekaligus keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh ibu-ibu pelaku UMKM dalam kegiatan usahanya. Pemilihan ibu-ibu pelaku UMKM sebagai subjek pengabdian didasarkan pada peran strategis mereka dalam menopang perekonomian keluarga serta besarnya potensi pengembangan usaha apabila didukung dengan peningkatan literasi dan keterampilan digital. (Arsyad et al. 2026)

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pelatihan pembuatan konten digital yang melibatkan mahasiswa Universitas Halu Oleo sebagai fasilitator di Kota Kendari. Keterlibatan mahasiswa diharapkan dapat menjadi sarana transfer pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat, sekaligus mendorong peran mahasiswa sebagai agen perubahan sosial. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kompetensi pemasaran digital ibu-ibu pelaku UMKM, sehingga mereka mampu menghasilkan konten digital yang lebih menarik, memperluas jangkauan pemasaran produk, serta meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan. Perubahan sosial yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemandirian pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital serta terbentuknya pola pemasaran usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan era digital.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dengan menekankan keterlibatan aktif komunitas dampingan dalam setiap tahapan kegiatan. Subjek pengabdian adalah ibu-ibu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Kota Kendari. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Kendari, yang menjadi lokasi pendampingan dan pembinaan UMKM perempuan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keberadaan kelompok UMKM perempuan yang aktif serta memiliki kebutuhan terhadap peningkatan kompetensi pemasaran digital, khususnya dalam pembuatan konten digital.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Tahap awal kegiatan adalah tahap persiapan, yang diawali dengan pengorganisasian komunitas dan koordinasi dengan ibu-ibu pelaku UMKM sebagai peserta pengabdian. Pada tahap ini, peserta diminta untuk mengumpulkan produk usaha yang akan digunakan sebagai objek praktik pembuatan konten digital. Selain itu, dilakukan identifikasi dan persiapan perlengkapan pendukung kegiatan, seperti telepon genggam berkamera, tripod, pencahayaan sederhana, serta alat bantu lainnya yang dapat menunjang proses pengambilan konten. Tahap persiapan ini bertujuan untuk

memastikan bahwa seluruh peserta dan sarana pendukung telah siap sebelum kegiatan ini dilaksanakan. (Nasaruddin et al. 2024)

Tahap selanjutnya adalah penyampaian materi kepada peserta. Pada tahap ini, tim pelaksana memberikan penjelasan mengenai konsep dasar pemasaran digital, peran konten digital dalam promosi produk, serta teknik dasar pembuatan konten yang menarik dan informatif. Materi disampaikan secara langsung melalui penjelasan dan diskusi interaktif agar peserta memperoleh pemahaman awal yang sama sebelum melakukan praktik. Penyampaian materi ini bertujuan untuk membekali peserta dengan pengetahuan dasar sebagai landasan dalam pelaksanaan praktik pembuatan konten digital.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan tahap praktik langsung pembuatan konten digital. Pada tahap ini, praktik dilakukan secara bertahap dan individual, di mana tim pelaksana dan mahasiswa Universitas Halu Oleo mendampingi masing-masing peserta secara langsung. Peserta dibimbing dalam proses pengambilan foto atau video produk, pengaturan sudut pengambilan gambar, pencahayaan, serta penyusunan pesan promosi yang sesuai. Pendampingan secara individual dilakukan agar setiap peserta dapat memahami materi dengan lebih mudah dan mampu menerapkannya sesuai dengan karakteristik produk yang dimiliki.

Secara keseluruhan, tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi: (1) pengorganisasian komunitas dan persiapan kegiatan, termasuk pengumpulan produk dan perlengkapan pendukung; (2) penyampaian materi pemasaran digital kepada peserta; (3) praktik langsung pembuatan konten digital secara individual dengan pendampingan; dan (4) evaluasi kegiatan untuk melihat tingkat pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti rangkaian kegiatan. Alur pelaksanaan kegiatan tersebut disajikan dalam bentuk diagram alur (flowchart) guna memperjelas proses perencanaan dan strategi yang digunakan dalam mencapai tujuan pengabdian masyarakat.

HASIL

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan selama dua hari dengan fokus pada peningkatan kompetensi pemasaran digital ibu-ibu pelaku UMKM di Kota Kendari. Kegiatan dirancang secara bertahap, dimulai dari pemberian pemahaman dasar hingga praktik lanjutan dalam pembuatan konten promosi digital. Pada hari pertama, kegiatan difokuskan pada teknik dasar pengambilan foto dan video produk, serta pemahaman pencahayaan dan komposisi. Selanjutnya, pada hari kedua, peserta diarahkan pada tahap pengolahan dan penyempurnaan konten melalui desain dan editing hingga menghasilkan poster promosi final.

Melalui pendekatan praktik langsung dan pendampingan intensif, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hal ini terlihat dari kemampuan peserta dalam menghasilkan konten visual yang lebih menarik, mulai dari pengambilan gambar hingga penyusunan desain promosi yang siap dipublikasikan. Dengan adanya pelatihan ini, peserta diharapkan mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara mandiri dan berkelanjutan dalam mengembangkan usaha mereka.

Pelatihan Foto, Video Produk, Pencahayaan, dan Komposisi Sederhana Menggunakan Smartphone

Kondisi awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memiliki keterampilan dalam menghasilkan konten visual produk yang optimal. Pengambilan foto dan video masih

dilakukan secara sederhana tanpa memperhatikan aspek teknis seperti sudut pengambilan gambar, fokus, pencahayaan, serta komposisi visual. Hal ini menyebabkan hasil konten kurang menarik dan belum mampu mendukung kebutuhan pemasaran digital secara efektif.

Melalui kegiatan pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman sekaligus praktik langsung mengenai teknik pengambilan foto dan video produk menggunakan smartphone serta pemanfaatan pencahayaan dan komposisi sederhana. Materi yang disampaikan meliputi pemilihan sudut pengambilan gambar, teknik framing, penggunaan cahaya alami maupun buatan, serta penataan objek agar terlihat lebih estetik dan profesional. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten visual yang lebih baik, di mana foto dan video produk terlihat lebih jelas, menarik, dan layak digunakan sebagai media promosi digital.



Gambar 2. Praktek pengambilan gambar dan pencahayaan

Pengenalan Canva dan Pengeditan Foto serta Video Promosi

Pada hari kedua pelaksanaan kegiatan, fokus pembelajaran diarahkan pada penguatan kemampuan peserta dalam pengolahan dan desain konten promosi digital. Berdasarkan kondisi awal, peserta masih memiliki keterbatasan dalam membuat desain visual secara mandiri serta belum terbiasa melakukan pengolahan konten foto dan video untuk kebutuhan promosi digital.

Dalam kegiatan ini, peserta terlebih dahulu diperkenalkan dengan aplikasi Canva sebagai media desain promosi digital yang mudah digunakan. Peserta diberikan pemahaman mengenai fitur dasar Canva, seperti penggunaan template, pengaturan teks, serta pemilihan elemen visual yang sesuai dengan karakteristik produk. Setelah itu, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pengeditan foto dan video produk, yang meliputi pengaturan pencahayaan, kontras, pemotongan gambar, serta penyesuaian tampilan visual agar lebih menarik dan profesional. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan desain dan konten visual yang lebih berkualitas, sehingga lebih efektif digunakan sebagai media promosi digital.



Gambar 3. Praktek pengeditan AI dan Canva

Pembuatan Poster Promosi Berbasis Artificial Intelligence (AI)

Sebagai bagian dari pengenalan teknologi digital, peserta juga diberikan pelatihan pembuatan poster promosi berbasis Artificial Intelligence (AI) dengan memanfaatkan platform Gemini. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta belum pernah menggunakan teknologi AI dalam proses pembuatan konten promosi, sehingga masih mengandalkan metode desain manual yang sederhana dan memerlukan waktu lebih lama.

Melalui pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada penggunaan Gemini sebagai alat bantu dalam menghasilkan ide visual, menyusun teks promosi, serta mengembangkan konsep desain poster secara lebih cepat dan terarah. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan poster promosi yang lebih menarik, kreatif, dan variatif dibandingkan sebelumnya. Pemanfaatan AI dalam proses ini terbukti membantu meningkatkan efisiensi kerja sekaligus mendorong kreativitas peserta dalam pembuatan konten promosi digital.



Gambar 4. Hasil Pembuatan Iklan Menggunakan Gemini AI

Pengeditan Konten Visual dan Pembuatan Poster Promosi Menggunakan Canva

Setelah memahami penggunaan Canva pada tahap sebelumnya, peserta melanjutkan kegiatan ke proses pengeditan foto dan video produk menggunakan aplikasi Canva. Konten yang telah diambil pada hari pertama kemudian diolah kembali agar memiliki kualitas visual yang lebih baik dan lebih layak digunakan untuk media promosi digital. Pada tahap ini, peserta diperkenalkan dan dilatih penggunaan berbagai fitur dasar hingga menengah dalam Canva, seperti pengaturan pencahayaan, kontras, cropping atau pemotongan gambar, penyesuaian komposisi visual, serta pemilihan elemen desain yang sesuai dengan karakteristik produk. Melalui proses ini, peserta khususnya ibu-ibu pelaku UMKM mulai menunjukkan kemampuan yang lebih mandiri dalam mengedit konten, sehingga hasil foto dan video yang dihasilkan menjadi lebih rapi, menarik, dan terlihat lebih profesional dibandingkan sebelum pelatihan.

Pada tahap akhir, peserta melanjutkan ke pembuatan poster promosi final dengan mengintegrasikan seluruh keterampilan yang telah diperoleh sebelumnya. Pada proses ini, peserta mampu menggabungkan hasil foto produk yang telah diedit, elemen desain visual dari Canva, serta teks promosi ke dalam satu kesatuan poster yang utuh dan siap dipublikasikan. Menariknya, peserta sudah mulai terbiasa menggunakan Canva secara lebih percaya diri sehingga mampu menyesuaikan layout, warna, dan tipografi sesuai dengan kebutuhan promosi masing-masing produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mampu menghasilkan poster yang lebih menarik dan informatif, tetapi juga sudah memiliki keterampilan dasar dalam mengoperasikan Canva secara mandiri untuk kebutuhan promosi digital, sehingga diharapkan dapat terus mengembangkan konten promosi secara berkelanjutan guna meningkatkan daya saing usaha.



Gambar 5. Hasil Pengeditan Iklan Canva

PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan pelatihan pemasaran digital menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung dan pendampingan individual mampu menciptakan proses pembelajaran yang aktif dan mudah dipahami oleh peserta. Keterlibatan peserta dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari pengambilan foto produk hingga pembuatan poster promosi, membuat proses transfer pengetahuan berlangsung lebih efektif. Kondisi ini sejalan dengan konsep pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang menekankan bahwa keterampilan akan lebih mudah dikuasai ketika peserta terlibat secara langsung dalam praktik dibandingkan hanya menerima materi secara teoritis.

Pada tahap pelatihan fotografi dan videografi produk menggunakan smartphone, sebagian besar peserta awalnya belum memahami teknik dasar pengambilan gambar yang baik. Foto dan video produk yang digunakan untuk promosi masih dilakukan secara sederhana tanpa memperhatikan pencahayaan, komposisi, maupun sudut pengambilan gambar. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa kualitas visual merupakan salah satu faktor penting dalam menarik perhatian konsumen di media digital. Hasil praktik menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menghasilkan foto dan video produk yang lebih jelas, menarik, dan profesional sehingga lebih layak digunakan sebagai media promosi.

Pengenalan dan penggunaan aplikasi Canva juga memberikan dampak positif terhadap kemampuan peserta dalam mengolah konten promosi digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum pernah membuat desain promosi secara mandiri dan masih bergantung pada desain sederhana yang kurang menarik. Melalui pelatihan ini, peserta dapat memahami penggunaan template, pengaturan teks, pemilihan warna, serta penataan elemen visual yang sesuai dengan karakteristik produk. Kemampuan tersebut menunjukkan bahwa platform desain yang mudah digunakan dapat menjadi solusi bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas promosi digital tanpa memerlukan keahlian desain profesional.

Pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) melalui Gemini menjadi salah satu inovasi yang memberikan pengalaman baru bagi peserta. Sebagian besar peserta sebelumnya belum mengenal penggunaan AI dalam kegiatan pemasaran. Setelah diberikan pendampingan, peserta mampu memanfaatkan AI untuk menghasilkan ide promosi, menyusun kalimat pemasaran, serta membantu pengembangan konsep desain poster secara lebih cepat dan kreatif. Temuan ini

menunjukkan bahwa teknologi AI memiliki potensi besar dalam membantu pelaku UMKM meningkatkan efisiensi kerja sekaligus memperluas kreativitas dalam pembuatan konten digital.

Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan pelatihan juga memberikan dampak pada aspek psikologis peserta. Terlihat adanya peningkatan rasa percaya diri dalam menggunakan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk. Peserta menjadi lebih berani mencoba berbagai fitur digital dan mulai menunjukkan kemandirian dalam membuat konten promosi tanpa bergantung pada bantuan pihak lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital tidak hanya berpengaruh terhadap kemampuan teknis, tetapi juga terhadap kesiapan pelaku usaha dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Secara keseluruhan, pelatihan pembuatan konten digital bagi pelaku UMKM perempuan di Kota Kendari berhasil meningkatkan kompetensi pemasaran digital peserta, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun kepercayaan diri. Kombinasi antara pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan individual terbukti efektif dalam membantu peserta memahami serta menerapkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Dengan meningkatnya kemampuan tersebut, pelaku UMKM diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing produk, serta mengembangkan usaha secara lebih berkelanjutan di era digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pemasaran digital bagi perempuan pelaku UMKM di Kota Kendari berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pembuatan konten promosi digital. Melalui pelatihan dan praktik langsung, peserta mampu memahami teknik dasar pengambilan foto dan video produk, pengaturan pencahayaan dan komposisi, serta pengeditan konten menggunakan aplikasi *Canva* dan teknologi *Artificial Intelligence (AI)*. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta dapat menghasilkan konten visual dan poster promosi yang lebih menarik, kreatif, dan layak digunakan sebagai media pemasaran digital.

Pelatihan ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepercayaan diri dan kemandirian peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usaha. Pendekatan praktik langsung dan pendampingan individual dinilai efektif dalam membantu peserta memahami materi dan menerapkannya sesuai kebutuhan usaha masing-masing. Selain itu, keterlibatan mahasiswa sebagai fasilitator turut mendukung proses transfer pengetahuan dan pengembangan keterampilan digital kepada masyarakat.

Meskipun pelatihan telah berjalan dengan baik, masih diperlukan pendampingan lanjutan agar kemampuan peserta dapat berkembang secara berkelanjutan, terutama dalam pengelolaan media sosial dan strategi pemasaran digital yang lebih luas. Ke depan, kegiatan pelatihan serupa diharapkan dapat dikembangkan dengan cakupan materi yang lebih mendalam dan melibatkan lebih banyak pelaku UMKM sehingga manfaat program dapat dirasakan secara lebih luas dalam meningkatkan daya saing usaha di era digital.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kota Kendari yang telah memberikan dukungan, fasilitas, serta kesempatan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran digital bagi pelaku UMKM perempuan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh ibu-ibu pelaku UMKM yang telah berpartisipasi secara aktif dan antusias selama mengikuti rangkaian kegiatan pelatihan.

Penghargaan yang setinggi-tingginya diberikan kepada mahasiswa Universitas Halu Oleo yang telah berperan sebagai fasilitator dan pendamping dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Kontribusi mahasiswa sangat membantu proses transfer pengetahuan dan keterampilan kepada peserta sehingga kegiatan dapat berjalan secara efektif dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, mahasiswa, dan pelaku UMKM menjadi faktor penting dalam mendukung peningkatan kompetensi pemasaran digital serta kemandirian usaha perempuan di Kota Kendari.

DAFTAR REFERENSI

- Afandi, Ervianto. 2026. "REVITALISASI BRANDING DIGITAL TERINTEGRASI DALAM PENINGKATAN DAYA SAING UMKM RUMAH." 5(1): 112–21. doi:10.26798/jpm.v5i1.2251.
- Arsyad, Muhammad, Dwi Mulyani, Rintana Arnie, Maharani Setia Yuliana, and Sebty Maharani. 2026. "SALAFIYAH DARUSSALAM MARTAPURA DENGAN PELATIHAN MICROSOFT OFFICE." 5(1): 1–8. doi:10.26798/jpm.v5i1.1948.
- Digital, Strategi Pemasaran. 2021. "Increasing The Competitiveness of MSME'S in The New Normal Era Through The Strategy Of Creating Digital Promotion Content." 5(2): 62–70.
- Hilmiawan, Gigih Aulia, and Septian Rico Hernawan. 2026. "DIGITAL UNTUK PENGUATAN TATA KELOLA." 5(1): 33–43. doi:10.26798/jpm.v5i1.2124.
- Nasaruddin, Nasaruddin, Ilham Ilham, Nurdiniawati Nurdiniawati, and Alimudin Alimudin. 2024. "Pendampingan Dan Peran Tpq Untuk Meningkatkan Baca Al-Qur'an Di Dusun Soro Bali Desa Karampi." *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(1): 29–41. doi:10.52266/taroa.v3i1.2522.
- Putri Sandrina Sitompul, Maya Martiza Sari, Cecillia Miranda Br Lumban Gaol, and Lokot Muda Harahap. 2025. "Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan Dan Strategi Adaptasi Di Era Ekonomi Digital." *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini* 2(2): 09–18. doi:10.61132/jumbidter.v2i2.487.
- Supriadi, Asep. 2024. "Jurnal Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS) Skills Training Program for MSME Actors in Serang City Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Pelatihan Keterampilan Digital Marketing Berbasis Komunitas Pelaku UMKM Di Kota Serang." *Jurnal*

Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS) Vol 1 (1) 1(1): 52–59.
[https://journal.ppipbr.com/index.php/pengamas/article/view/214.](https://journal.ppipbr.com/index.php/pengamas/article/view/214)