



Strategi Sukses untuk Bisnis Pengetikan dan Fotokopi di Era Digital

Misnawati Misnawati¹, Nirena Ade Christy², Isman Isman³, Anwarsani Anwarsani⁴,
Yesni Nopy⁵, Nabila Salwa⁶

^{1,2,5} Universitas Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

³ Universitas Merdeka Malang, Jawa Timur, Indonesia

⁴ SLBN-1 Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

⁶ SMK Karsa Mulya Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

Email: misnawati@pbsi.upr.ac.id¹, nirenaadechristy@fkip.upr.ac.id², isman@unmer.ac.id³,
anwarsani82@guru.slb.belajar.id⁴, yesninopi@fkip.upr.ac.id⁵, nabilasalwaanwarsani@gmail.com⁶

Abstract. This article explores the store labeled "Komputer dan Fotokopi Salwa" as the main object of study. Focusing on market surveys, typing and photocopying industry trends, online marketing strategies, and key success factors in the typing and photocopying business, this research aims to provide in-depth insights into the dynamics of business in the current digital era. Through data analysis including market surveys that record that 70.2% of jobs require computer devices and similar ones, and 39.9% require document duplication and/or binding, this article presents a comprehensive understanding of market needs and preferences. Additionally, with the majority of respondents (79.8%) having access to computers and laptops, but only a small percentage owning a printer (28.7%), this article highlights the challenges and opportunities faced by the typing and photocopying industry. This analysis provides a foundation for effective online marketing strategies and identifies key success factors that can help businesses like "Komputer dan Fotokopi Salwa" to grow and maintain their position in the current competitive market.

Keywords: success strategy, business, photocopying, digital era

Abstrak. Artikel ini mengeksplorasi toko dengan label "Komputer dan Fotokopi Salwa" sebagai objek kajian utama. Berfokus pada survei pasar, tren industri pengetikan dan fotokopi, strategi pemasaran berbasis online, dan faktor-faktor kunci kesuksesan dalam bisnis pengetikan dan fotokopi, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang dinamika bisnis di era digital saat ini. Melalui analisis data yang meliputi survei pasar yang mencatat bahwa 70,2% pekerjaan membutuhkan perangkat komputer dan sejenisnya, serta 39,9% membutuhkan penggandaan dan/atau jilid dokumen, artikel ini menyajikan pemahaman yang komprehensif tentang kebutuhan dan preferensi pasar. Selain itu, dengan mayoritas responden (79,8%) memiliki akses ke komputer dan laptop, namun hanya sebagian kecil yang memiliki printer (28,7%), artikel ini menyoroti tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri pengetikan dan fotokopi. Analisis ini memberikan landasan bagi strategi pemasaran berbasis online yang efektif dan mengidentifikasi faktor-faktor kunci kesuksesan yang dapat membantu bisnis seperti "Komputer dan Fotokopi Salwa" untuk berkembang dan mempertahankan posisinya dalam pasar yang kompetitif saat ini.

Kata kunci: strategi sukses, Bisnis, Fotokopi, era digital

PENDAHULUAN

Era digital yang terus berkembang membuat bisnis pengetikan dan fotokopi mengalami transformasi signifikan. Kemajuan teknologi telah mengubah cara orang mengakses dan menggunakan dokumen. Dengan kebutuhan akan dokumen yang terus meningkat dari berbagai

kalangan seperti pelajar, mahasiswa, pegawai, dan wirausahawan, strategi yang sukses menjadi krusial dalam menjaga daya saing bisnis ini. Artikel ini akan menjelaskan strategi-strategi yang efektif untuk mengembangkan bisnis pengetikan dan fotokopi di era digital (Misnawati, 2023).

Seseorang dengan kemampuan dan kelonggaran waktu, memilih mengetik dan mencetak sendiri dokumen yang mereka butuhkan. Namun terdapat kelompok pegawai atau bidang usaha lain memilih menggunakan jasa pengetikan. Begitu pula dengan pencetakan dokumen, fotokopi dan penjilidan juga diperlukan. Komputer dan Fotokopi Salwa menjadi solusi bagi yang memerlukan jasa pengetikan, cetak dokumen, fotokopi dan penjilidan. Lokasi strategis dan mudah dijangkau. Penetapan harga diperhitungkan sesuai pembelanjaan bahan pokok dan biaya lain dan harga mampu bersaing dengan bidang usaha sejenis. Promosi dilakukan dengan menggunakan media online, melalui media sosial, WA juga dilakukan secara offline menggunakan brosur. Strategi lain yang digunakan yaitu memberikan promo kepada pengguna jasa setelah menggunakan jasa dalam jumlah tertentu.

Artikel ini menjadikan toko “Komputer dan Fotokopi Salwa” sebagai objek. Fokus kajian penelitian ini adalah survei pasar, tren usaha pengetikan dan fotokopi, strategi pemasaran berbasis online, faktor-faktor kunci kesuksesan dalam bisnis pengetikan dan fotokopi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mengumpulkan data terkait strategi bisnis dalam usaha pengetikan dan fotokopi. Metode survei dan wawancara digunakan untuk memperoleh wawasan digali dari pelanggan dan pesaing. Data primer dan sekunder dianalisis untuk mengidentifikasi tren pasar dan praktik terbaik dalam usaha pengetikan dan fotokopi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas usaha nama “Komputer dan Fotokopi Salwa” terkait data pribadi pemilik took dan identitas usaha adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Data Pribadi

A	Nama Pemilik Usaha	Misnawati
B	Alamat Pemilik Usaha	Jl. Sangga Buana II No. 30 (depan Yayasan Borneo Institute, kota Palangka Raya Kalimantan Tengah
C	No.Telepon/HP	085249289997
D	Email	misnawati.sutardi@gmail.com
E	No.KTP Pemilik Usaha	6271034510780006
F	NPWP Pemilik Usaha	149276065711000

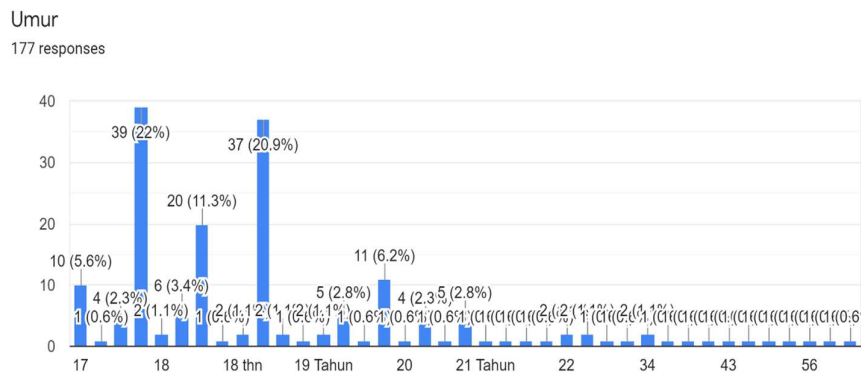
Tabel 2. Identitas Usaha

A	Nama Usaha	Komputer dan Fotokopi Salwa
B	Jenis Usaha	Penjualan Jasa
C	Nama Produk	Pengetikan, Pencetakan, Fotokopi, dan Jilid
D	Alamat Usaha	Jalan Sangga Buana II No. 30 (depan Yayasan Borneo Institute, kota Palangka Raya Kalimantan Tengah

Survei Pasar “Komputer dan Fotokopi Salwa”

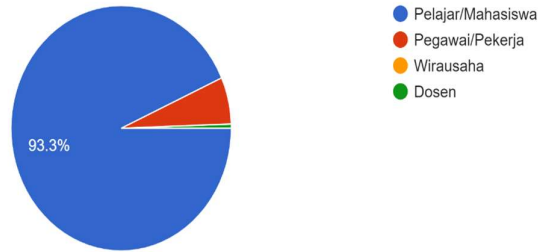
Survei pasar "Komputer dan Fotokopi Salwa" dirancang untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang profil konsumen serta kebutuhan dan preferensi mereka terkait layanan yang ditawarkan oleh toko tersebut. Pertanyaan survei mencakup informasi demografis seperti umur dan pekerjaan, yang membantu dalam segmentasi pasar dan penentuan strategi pemasaran yang sesuai. Selain itu, pertanyaan tentang kepemilikan printer, kebiasaan pengetikan sendiri, dan penggunaan jasa pengetikan dan penjilidan memberikan wawasan tentang tingkat kemandirian konsumen dan potensi permintaan layanan tertentu. Pertanyaan terakhir mengenai kesadaran terhadap toko "Komputer dan Fotokopi Salwa" penting untuk mengevaluasi efektivitas upaya pemasaran dan branding yang telah dilakukan oleh toko tersebut. Dengan informasi yang diperoleh dari survei ini, toko dapat mengarahkan strategi mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Berikut ini akan dipaparkan terkait dengan survei pasar.

Berapa Umur Anda?



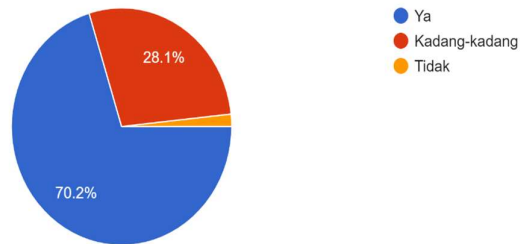
Apa pekerjaan anda?

Pekerjaan
178 responses



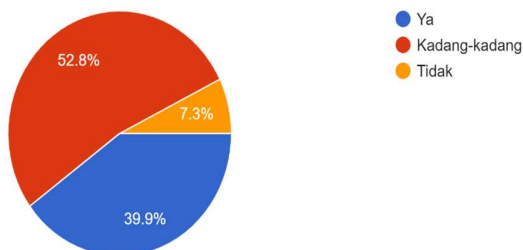
Apakah kegiatan atau pekerjaan anda membutuhkan perangkat komputer atau sejenisnya?

Apakah kegiatan atau pekerjaan anda membutuhkan perangkat komputer atau sejenisnya?
178 responses



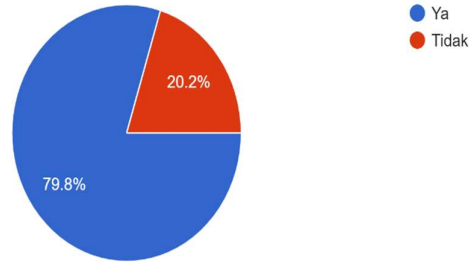
Apakah kegiatan atau pekerjaan anda sering membutuhkan penggandaan atau jilid dokumen?

Apakah kegiatan atau pekerjaan anda sering membutuhkan penggandaan dan jilid dokumen?
178 responses



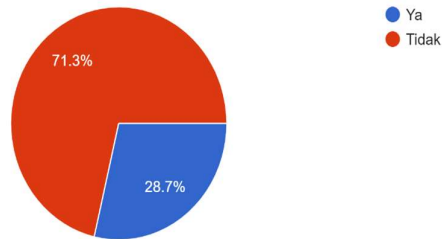
Apakah anda memiliki komputer, laptop dan perangkat sejenisnya?

Apakah anda memiliki Komputer, Laptop dan perangkat sejenisnya?
178 responses



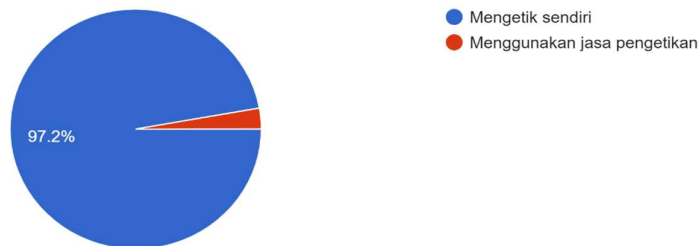
Apakah anda memiliki printer atau perangkat sejenisnya?

Apakah anda memiliki printer atau perangkat sejenisnya?
178 responses



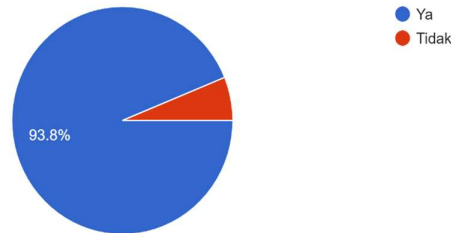
Ketika membutuhkan pengetikan, apakah anda lebih senang melakukan sendiri atau menggunakan jasa pengetikan?

Ketika membutuhkan pengetikan, Apakah anda lebih senang melakukan sendiri atau menggunakan jasa pengetikan?
178 responses



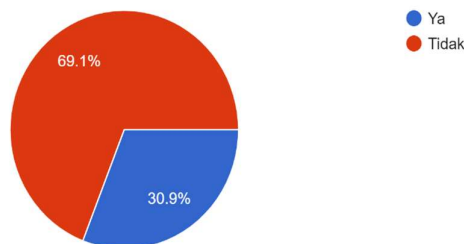
Apakah pernah menggunakan jasa fotokopi dan penjilidan?

Apakah pernah menggunakan jasa foto kopi dan penjilidan?
178 responses



Apakah anda mengenal komputer dan fotokopi salwa?

Apakah anda mengenal Komputer dan Fotocopi Salwa?
178 responses



Hasil riset pasar menunjukkan bahwa 70,2% pekerjaan membutuhkan perangkat komputer dan sejenisnya dan membutuhkan pengganddaan dan /atau jilid dokumen sebanyak 39.9%. Responden sebagian besar (79,8%) memiliki komputer, laptop dan sejenisnya, namun hanya sebagian kecil yang memiliki printer (28,7%). Kondisi ini memungkinkan aktivitas pengetikan, baik dilakukan sendiri atau menggunakan jasa pihak lain, meskipun peluang kecil yang lebih memilih menggunakan jasa pengetikan, namun peluang lebih besar pada jasa pencetakan dokumen.

Tren usaha Pengetikan

Tren usaha Pengetikan dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran tren dalam industri pengetikan dan fotokopi menuju layanan digital. Penggunaan komputer dan teknologi digital semakin dominan dalam proses pengetikan dan pencetakan dokumen. Hasil riset pasar menunjukkan bahwa penggunaan perangkat komputer dan sejenisnya sangat dominan dalam pekerjaan sehari-hari, dengan 70,2% pekerjaan

mebutuhkan penggunaan perangkat tersebut. Di samping itu, sebanyak 39,9% pekerjaan membutuhkan penggandaan dan/atau penjilidan dokumen. Responden mayoritas (79,8%) dilaporkan memiliki akses ke komputer, laptop, atau perangkat serupa, menunjukkan penetrasi yang luas dari teknologi tersebut dalam populasi. Namun, hanya sebagian kecil dari mereka (28,7%) yang memiliki printer.

Kondisi ini menciptakan peluang bagi aktivitas pengetikan, baik melalui penggunaan perangkat sendiri maupun melalui penggunaan jasa pihak lain. Meskipun peluang untuk menggunakan jasa pengetikan lebih kecil, peluang lebih besar terlihat dalam jasa pencetakan dokumen.

Berdasarkan tren ini, bisnis pengetikan dan fotokopi dapat mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan layanan pencetakan dokumen. Penawaran jasa pengetikan juga tetap relevan, terutama untuk segmen pasar yang membutuhkan penanganan khusus atau kualitas yang lebih tinggi. Meskipun teknologi digital memudahkan akses ke komputer, penggunaan printer masih terbatas. Ini menunjukkan bahwa ada potensi untuk meningkatkan penetrasi printer atau menyediakan alternatif cetak melalui layanan pihak ketiga, dengan memahami tren ini, bisnis pengetikan dan fotokopi dapat mengarahkan strategi pemasaran dan pengembangan produk mereka untuk lebih menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang berkembang dalam era digital ini.

Strategi Pemasaran Berbasis Online

Strategi pemasaran yang efektif melibatkan pemanfaatan media online, termasuk media sosial dan situs web. Bisnis pengetikan dan fotokopi yang sukses memanfaatkan platform online untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau pelanggan potensial. Melalui penggunaan platform-platform ini, bisnis dapat memperluas jangkauan mereka, meningkatkan visibilitas merek, dan menjangkau pelanggan potensial secara lebih efektif. Media sosial, seperti Facebook, Instagram, atau Twitter, memberikan sarana yang kuat untuk berinteraksi dengan pelanggan, mempromosikan layanan, dan mengikuti tren terkini dalam industri. Melalui konten yang relevan dan menarik, serta interaksi langsung dengan pelanggan, bisnis dapat membangun hubungan yang kuat dan memperluas pangsa pasar mereka.

Strategi Pemasaran dilakukan berdasarkan analisa SWOT

	<p>S - Kekuatan Pemilik dan karyawan sangat ahli di bidangnya Pemilik pandai dan karyawan pandai mengoperasikan ms word, excel, powerpoint, dan berbagai aplikasi terkait komputer</p>	<p>W - Kelemahan Pelanggan yang biasanya minta layani untuk print berkurang karena pengiriman file sekarang bentuk soft saja. Pelanggan sudah banyak memiliki komputer/laptop sendiri</p>
<p>O - Peluang Usaha dilakukan dari rumah karena satu dengan tempat usaha Bisa meningkatkan penawaran jasa melalui internet</p>	<p>Strategi SO Memanfaatkan sosial media seperti: WA, Facebook, web, dan instagram</p>	<p>Strategi WO Memberikan bonus bagi pelanggan yang menggunakan jasa print di atas 100 lembar</p>
<p>T - Ancaman Pelanggan banyak yang pandai mengoperasikan komputer sendiri File-file di era disrupsi ini banyak yang dikirim bentuk soft saja</p>	<p>Strategi ST Penjualan dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan sosial media seperti: WA, Facebook, web, dan instagram</p>	<p>Strategi WT Jaringan pemasaran jasa dapat ditingkatkan dengan membuat grup: WA, Facebook, dan instagram</p>

Gambar 1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang terkait dengan suatu proyek, bisnis, produk, atau strategi. Ini adalah alat yang sangat berguna untuk membantu organisasi atau individu memahami posisi mereka di lingkungan yang bersaing.

Kekuatan (*Strengths*)

Pemilik dan karyawan sangat ahli di bidangnya, menunjukkan keahlian dan pengalaman yang kuat dalam operasi toko tersebut. Pemilik dan karyawan pandai mengoperasikan berbagai aplikasi terkait komputer, memberikan kelebihan dalam memberikan layanan kepada pelanggan dan mengelola aspek teknis dari toko.

Kelemahan (*Weaknesses*)

Pelanggan yang biasanya minta layani untuk print berkurang karena pengiriman file sekarang bentuk soft saja, mengindikasikan adanya perubahan perilaku pelanggan yang dapat

mengurangi pendapatan toko. Pelanggan sudah banyak memiliki komputer/laptop sendiri, menyebabkan permintaan akan jasa fotokopi atau penggunaan komputer toko bisa berkurang.

Peluang (*Opportunities*)

Memanfaatkan sosial media seperti WhatsApp, Facebook, web, dan Instagram untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai pelanggan potensial baru. Memberikan bonus bagi pelanggan yang menggunakan jasa print di atas 100 lembar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong pembelian dalam jumlah yang lebih besar.

Ancaman (*Threats*)

Adanya perubahan perilaku pelanggan dapat menjadi ancaman bagi pendapatan toko, sehingga memerlukan adaptasi dalam strategi pemasaran. Kompetisi dari toko-toko sejenis atau penjualan online juga dapat menjadi ancaman, memaksa toko untuk bersaing dengan harga atau menawarkan nilai tambah yang lebih besar.

Strategi

Strategi SO (Strengths-Opportunities): Memanfaatkan keahlian dan pengalaman dalam bidang teknologi untuk mengelola dan memanfaatkan sosial media secara efektif untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai pelanggan baru.

Strategi WO (Weaknesses-Opportunities): Memberikan bonus bagi pelanggan yang menggunakan jasa print di atas 100 lembar untuk mengatasi kekurangan dalam permintaan layanan print dan meningkatkan keuntungan.

Strategi ST (Strengths-Threats): Menggunakan keahlian dalam bidang teknologi dan pengalaman dalam mengoperasikan aplikasi sosial media untuk mengatasi ancaman dari perubahan perilaku pelanggan.

Strategi WT (Weaknesses-Threats): Meningkatkan jaringan pemasaran jasa dengan memanfaatkan sosial media seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk mengatasi ancaman dari kompetisi dan perubahan dalam perilaku pelanggan.

Strategi pemasarannya adalah melalui *Sosial Networking* yaitu dengan memanfaatkan media sosial seperti *Whatsapp, Instagram, Facebook* sebagai media promosi. *Banner* yaitu dengan memasang banner di depan tempat usaha. *Personal Selling* yaitu penjualan yang dilakukan sendiri dengan menawarkan langsung kepada keluarga, teman dan masyarakat sekitar.

Faktor-Faktor Kunci Kesuksesan dalam bisnis pengetikan dan fotokopi

Faktor-faktor kunci kesuksesan dalam bisnis pengetikan dan fotokopi meliputi lokasi strategis, kualitas layanan, harga yang kompetitif, dan inovasi dalam teknologi.

Berdasarkan hasil riset pasar yang menunjukkan karakteristik penggunaan perangkat komputer dan printer dalam pekerjaan sehari-hari, faktor-faktor kunci kesuksesan dalam bisnis pengetikan dan fotokopi dapat diidentifikasi sebagai berikut.

Aksesibilitas dan Keterjangkauan, hal ini bisa dilakukan dengan memastikan lokasi bisnis dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan potensial sangat penting. Selain itu, penetapan harga yang kompetitif sesuai dengan anggaran pelanggan menjadi faktor penentu kesuksesan.

Teknologi dan Inovasi, hal ini bisa dilakukan dengan mengadopsi teknologi terbaru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks. Hal ini termasuk investasi dalam perangkat lunak dan perangkat keras yang memungkinkan pengerjaan cepat dan efisien.

Kualitas Layanan, hal ini bisa dilakukan dengan menawarkan layanan yang berkualitas tinggi dan konsisten adalah kunci untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, kecepatan pengerjaan, akurasi, dan perawatan terhadap detail menjadi faktor penting.

Pilihan Produk yang Diversifikasi, bisa dengan menghadirkan berbagai jenis layanan seperti pengetikan, pencetakan, fotokopi, dan jilid dokumen memungkinkan bisnis untuk menangkap segmen pasar yang lebih luas. Menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan dapat meningkatkan daya tarik bisnis.

Strategi Pemasaran yang Efektif, dilakukan dengan memanfaatkan media online dan offline untuk mempromosikan layanan pengetikan dan fotokopi penting untuk menjangkau pelanggan potensial. Penawaran promosi dan diskon dapat menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada.

Kerjasama dengan Pelanggan dan Mitra Bisnis, bisa dilakukan dengan cara membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan mitra bisnis seperti lembaga pendidikan, perusahaan, dan organisasi lokal dapat membuka peluang baru dan memperluas jaringan bisnis.

SIMPULAN

Dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital, strategi yang sukses untuk bisnis pengetikan dan fotokopi melibatkan adaptasi terhadap perubahan teknologi dan pasar. Dengan fokus pada pemasaran online, inovasi teknologi, dan kualitas layanan, bisnis-bisnis ini

dapat terus berkembang dan mempertahankan daya saing mereka. Artikel ini mendalami dalam menganalisis toko "Komputer dan Fotokopi Salwa" sebagai subjek penelitian utama. Dengan fokus pada survei pasar, tren industri pengetikan dan fotokopi, strategi pemasaran online, dan faktor-faktor kunci kesuksesan, penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika bisnis di era digital saat ini. Dengan data yang menunjukkan tingginya permintaan akan perangkat komputer dan layanan pengetikan, serta rendahnya kepemilikan printer di kalangan responden, artikel ini menggambarkan tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri tersebut. Dengan demikian, artikel ini memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi pemasaran online yang efektif dan mengidentifikasi faktor-faktor kunci kesuksesan yang dapat membantu bisnis seperti "Komputer dan Fotokopi Salwa" untuk tetap relevan dan berkembang di pasar yang kompetitif saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Darsiti, D., Ramdan, I. S., Syafitri, N., Lestari, W. A., Suryaman, W. J., & Alamsyah, S. K. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Untuk Pengembangan Pemasaran Kacang Sangrai Ewooww Yang Luas. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 113-125.
- Endang, I. (2023). Penerapan Pemasaran Digital Melalui Toko Online Pada UMKM di Kelurahan Tanjungsari. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 106-117.
- Hanif, A., & Iryanti, E. (2023). Penguatan Merek dan Visualisasi Produk Berbasis Digital Pada UMKM "Doyan Jajan" Desa Laweyan, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 84-97.
- Kalyaveda, M., & Arviani, H. Pemasaran Produk UMKM Misscrip Melalui Penerapan Digital Marketing Oleh Damartrends Marketing of Misscrip MSME Products through the Implementation of Digital Marketing by Damartrends.
- Ilmi, S. N., Hadi, A. H. N. S., Muzakki, F. D. P., Khabibah, M., Fajari, M. S., Sugiharto, V. D. D., & Arum, D. P. (2023). Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Digitalisasi Marketing Di Kelurahan Tanggung Kota Blitar. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 76-83.
- Misnawati, M., Aziz, A., Anwarsani, A., Rahmawati, S., Poerwadi, P., Christy, N. A., ... & Veniaty, S. (2022). *Pemberdayaan Kewirausahaan untuk Anak Tunarungu Dengan Pembuatan Selai Nanas*. J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 1(10), 2823-2842.
- Misnawati, M., Poerwadi, P., Cuesdeyeni, P., Wiyanto, M. S., Christy, N. A., Veniaty, S., ... & Rahmawati, S. (2022). *Percepatan Produksi Karya Sastra Mahasiswa Program*

- Permata Merdeka dengan Memanfaatkan Voice Typing*. Jurnal Ilmiah Kanderang Tingang, 13(1), 103-116.
- Misnawati, M., Purwaka, A., Cuesdeyeni, P., Usop, L. S., Devi, K., Melinda, M., ... & Salwa, N. (2023). *Pantun Nasihat Pada Label Kemasan Sebagai Upaya Mengembangkan Usaha Donat dengan Bahan Dasar Labu Kuning untuk Anak Berkebutuhan Khusus SLBN 1 Palangka Raya*. SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 3(2), 58-75.
- Pangestu, A. I. A., Zabartil, F. M., Laksono, D. A., Safitri, D. N., Amalia, J., Mustika, A. M., ... & Najmudin, N. (2023). Implementasi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pengembangan Desa Wisata Menari Tambaknegara. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 09-18.
- Putri, L. A., & Rahmi, U. (2024). Pemanfaatan Media Digital untuk Meningkatkan Minat Belajar PAI pada Generasi Milenial. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 27-31.
- Qisthiano, M. R., & Pramana, D. (2023). Menggapai Keunggulan Promosi di Era Digital: Kolaborasi Canva untuk Peningkatan Ekonomi Lokal. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 243-249.
- Rahayu, E., Yuliamir, H., & Wenefrida, A. A. (2023). Pelatihan Sdm Dalam Peningkatan Perekonomian Dusun Ngaduman. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 30-33.
- Samtono, S., Supriyadi, A., Rahayu, E., & Palupiningyas, D. (2023). Identifikasi Dan Strategi Pemberdayaan SDM Dusun Ngaduman. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 01-05.
- Sanin, S. B. F., & Winarti, O. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Media Sosial Tiktok PT Otak Kanan Untuk Membangun Brand Awareness. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 74-83.
- Setyawan, a. (2023). Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada fotocopy gita jaya depok. *Knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 3(4), 377-382.
- Sevina, F. B., & Pabulo, A. M. A. (2023). Upaya Digitalisasi Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kecamatan Juwana. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 251-257.
- Sofyan, M., Marlinda, C., & Satriadi, S. (2023). Training of Trainer Pengolahan dan Analisis Data dengan Aplikasi Eviews dan JASP. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 17-24.
- Solihyah, E. D. Z., & Tondang, I. S. (2023). Penerapan Digital Branding Melalui Pendekatan Penyuluhan, Pelatihan, dan Pendampingan Bagi Pelaku UMKM Kelurahan Medokan Semampir. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 156-163.

- Sudipa, I. G. I., Widiartha, K. K., Wiguna, I. K. A. G., Wijaya, B. K., Gustiadi, G., & Fauzi, A. S. (2023). Pelatihan Sistem Informasi Pengelolaan Layanan dan Manajemen Pelanggan untuk Optimalisasi Layanan pada Era Digital. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 216-223.
- Wigunadika, I. W. S. (2021). *Menumbuhkan Minat Generasi Muda Menjadi Wirausaha*. Nilacakra.
- Yuniarti, Y., & Mauliana, S. (2012). Strategi pemasaran produk digital printing pada CV. fnb digital Jambi. *Digest Marketing*, 1(1).
- Wiyandari, R. E. P., & Sukiswo, H. W. (2023). Penerapan Akuntansi Keuangan Digital Bagi Pelaku UMKM Di Desa Kedungdalem Kabupaten Probolinggo. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 61-68.