



## PROMOSI MELALUI MEDIA DIGITAL BAGI UMKM KELOMPOK WANITA TANI SEKAR MELATI, SANGGRAHAN, BANGUNTAPAN, BANTUL

Dewi Novianti<sup>1</sup>, Siti Fatonah<sup>2</sup>, Sucahyo Heriningsih<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

E-mail address: dewi.novianti@upnyk.ac.id

### ABSTRACT

*Promotion through digital media is a solution for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to market their products to survive in the current digital era. One of the MSMEs that was started was the MSME Women Farmers Group (KWT) Sekar Melati, Sanggrahan, Banguntapan, Bantul. The businesses carried out by UMKM KWT Sekar Melati are quite diverse, such as Red Ginger drink extract, Lecy-flavored Aloe Vera Syrup, family gardens, catfish farming, chicken farming. Marketing methods are still simple and conventional. Marketing by leaving it in local stalls, selling in traditional markets, and via gethuk tular (word of mouth). Of course, this makes it difficult for sales to develop. The problems faced are not being able to market their products through online media and business income is still low. From this problem, the author was moved to provide training and assistance through digital transformation of online promotional media as well as creating attractive packaging designs for the MSMEs of KWT Sekar Melati, Sanggrahan, Banguntapan, Bantul. The method used is Focused Group Discussion (FGD), socialization, training and mentoring. Service outputs are in the form of journals or proceedings, books, IPR, activity videos, media publications, social engineering, and posters. Keywords: content, formatting, article*

**Keywords:** Promotion through Digital Media, Micro, Small and Medium Enterprises

### ABSTRAK

Promosi melalui media digital sebagai salah satu solusi bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memasarkan produknya agar tetap bertahan di era serba digital saat ini. Salah satu UMKM yang mulai dirintis adalah UMKM Kelompok Wanita Tani (KWT) Sekar Melati, Sanggrahan, Banguntapan, Bantul. Usaha yang dilakukan oleh UMKM KWT Sekar Melati cukup beragam seperti ekstrak minuman Jahe Merah, Sirup Lidah Buaya rasa Lecy, kebun keluarga, ternak lele, ternak ayam. Metode pemasaran masih bersifat sederhana dan konvensional. Pemasaran dengan menitipkan di warung-warung sekitar, dijual di pasar tradisional, dan secara gethuk tular (dari mulut ke mulut). Tentu hal ini menyebabkan penjualan sulit untuk berkembang. Permasalahan yang dihadapi belum bisa memasarkan produknya melalui media on line dan penghasilan usaha yang masih rendah.

Dari permasalahan itulah penulis tergerak untuk melakukan pelatihan dan pendampingan melalui transformasi digital media promosi online serta membuat disain kemasan yang menarik kepada UMKM KWT Sekar Melati, Sanggrahan, Banguntapan, Bantul. Metode yang digunakan adalah dengan *Focused Group Discussion* (FGD), sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Luaran pengabdian berupa jurnal atau prosiding, buku, HKI, Video kegiatan, publikasi media, rekayasa social, dan Poster.

**Kata Kunci:** Promosi melalui Media Digital, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

---

## PENDAHULUAN

Promosi melalui media digital merupakan suatu proses yang diterapkan oleh organisasi untuk mengintegrasikan teknologi digital di semua area bisnis, dengan secara mendasar mengubah cara organisasi memberikan nilai kepada pelanggan. Di era digital saat ini dikenal pula istilah transformasi digital, dimana perusahaan mengadopsi teknologi digital inovatif untuk membuat perubahan budaya dan operasional yang beradaptasi lebih baik dengan perubahan permintaan pelanggan (*Apa itu Transformasi Digital?*, n.d.). Salah satu contoh penerapan transformasi digital adalah organisasi mulai membangun solusi digital, seperti aplikasi seluler atau platform *eCommerce*. Istilah *transformasi digital* menjelaskan implementasi teknologi, talenta, dan proses baru agar tetap dapat bersaing di lanskap teknologi yang selalu berubah. Di era setelah pandemi, sebuah organisasi harus memiliki kemampuan untuk cepat beradaptasi dengan perubahan seperti berikut:

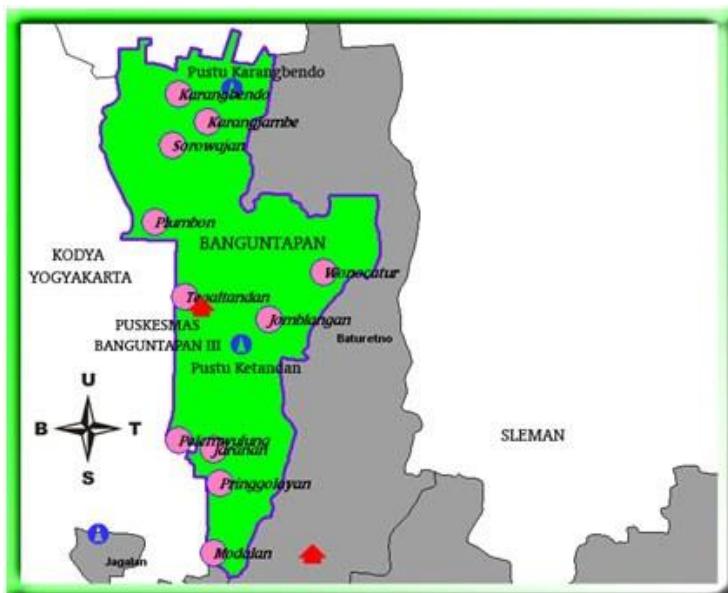
- Tekanan waktu peluncuran
- Gangguan rantai pasokan secara tiba-tiba
- Ekspektasi pelanggan yang cepat berubah

Pelaku pasar harus menerima strategi promosi melalui media digital jika ingin terus mendominasi pasar. Salah satu elemen masyarakat yang perlu terlibat aktif dalam transformasi digital adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Era pasar bebas saat ini gempuran produk dari berbagai daerah, kota, bahkan negara membuat pedagang kecil terhimpit dan sering kali menyerah kalah. Semua lini membutuhkan media digital, apalagi para pelaku usaha. Namun yang sering dijumpai adalah masyarakat pedagang kecil yang tak mampu bersaing di era yang serba digital saat ini. Mereka hanya mengandalkan pemasaran secara tradisional, dengan menunggu bola tanpa aktif melakukan aktifitas jemput bola. Teknologi digital sebagai salah satu solusi bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya agar tetap bertahan di era serba digital saat ini.

UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran yang tidak sedikit, bahkan strategis, karena UMKM sangat berperan dalam meningkatkan laju ekonomi

dan program pengentasan kemiskinan (Mas'ula et al., 2022). Pertumbuhan yang mengarah peningkatan membuat posisi UMKM menjadi penting Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Sebelumnya, kondisi UMKM lokal sempat menurun pada dua tahun pertama pandemi Covid-19 yakni di tahun 2020-2021. Berdasarkan survei dari UNDP dan LPEM UI yang melibatkan 1.180 responden para pelaku UMKM diperoleh hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48% UMKM mengalami masalah bahan baku, 77% pendapatannya menurun, 88% UMKM mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan 97% UMKM mengalami penurunan nilai asset (ekon.go.id, 2022).

Salah satu UMKM yang mulai dirintis adalah UMKM Kelompok Wanita Tani (KWT) Sekar Melati, Sanggrahan, Banguntapan, Bantul. Kampung Sanggrahan, masuk wilayah padukuhan Plumbom, Kelurahan Banguntapan, Kapanewon Bantul, Kabupaten Bantul.



Gambar 1. Peta Plumpon, Banguntapan, Bantul

Sumber : [https://id.wikipedia.org/wiki/Banguntapan,\\_Banguntapan,\\_Bantul](https://id.wikipedia.org/wiki/Banguntapan,_Banguntapan,_Bantul)

Kampung Sanggrahan terbilang subur, banyak warga setempat bercocok tanam di pekarangan rumah, lahan pertanian, maupun pada lahan tidur. Lahan ini di Kelola oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Sekar Melati. Lahan tersebut dikelola menjadi Usaha KWT. Usaha yang dilakukan oleh KWT Sekar Melati cukup beragam seperti ekstrak minuman jahe merah, sirup lidah buaya rasa lecy, kebun keluarga, ternak lele, ternak ayam, . KWT Sekar Melati bekerja sama dengan pemerintah Daerah Bantul dalam mengembangkan usahanya. Pelatihan yang diberikan oleh Pemda diantaranya minuman jahe Merah dan Sirup Lidah Buaya rasa Leci. Pelatihan ini dikembangkan menjadi sebuah usaha UMKM sirup Lidah Buaya dan minuman ekstrak Jahe Merah.



Gambar 2 : Kebun KWT Sekar Melati dan Pelaku UMKM Sekar Melati  
Sumber : Dokumentasi Penulis, tahun 2023

UMKM Sekar Melati memiliki beragam usaha seperti ekstrak minuman Jahe Merah, sirup Lidah Buaya Rasa Leci, kebun keluarga, ternak lele, ternak ayam, batik eco print. Yang menarik untuk dikembangkan lebih jauh adalah Minuman ekstrak Jahe Merah dan Sirup Lidah Buaya Rasa Leci. Kedua usaha ini dirintis dan dikembangkan oleh KWT Sekar Melati dengan memanfaatkan lahan yang ada. Lahan diperoleh dari lahan tidur yang tidak dipergunakan oleh pemiliknya. KWT mendapat izin untuk mengelola lahan yang tidak dimanfaatkan oleh warga (Lahan tidur) untuk bercocok tanam dan beternak. Tanaman yang dibudidayakan adalah tanaman herbal seperti jahe merah, kunyit, daun sirih, lidah buaya, dan beragam tanaman herbal lainnya, serta tanaman hias. Tanaman yang diolah lebih lanjut menjadi minuman herbal menyehatkan dan menyegarkan adalah Jahe Merah dan Lidah Buaya. Dari lahan yang sempit ternyata bisa menghasilkan produk yang menarik dan menghasilkan finansial.

Ekstrak minuman Jahe Merah dan sirup Lidah Buaya rasa Leci, kedua produk ini dikemas sedemikian rupa kemudian dipasarkan. Namun sayangnya metode pemasaran masih bersifat sederhana dan konvensional. Pemasaran dengan menitipkan di warung-warung sekitar, dijual di pasar tradisional, dan secara gethuk tular (dari mulut ke mulut). Tentu hal ini menyebakan penjualan sulit untuk berkembang, apalagi ketika era pandemic Covid-19 melanda, penjualan menjadi terpuruk. Ini disebabkan banyak orang beralih belanja melalui media online. Permasalahan yang muncul adalah Pendidikan dari anggota UMKM KWT Sekar Melati yang masih rendah mulai dari SD, SMP, sampai SMA. Anggota KWT Sekar Melati Sebagian sebagai IbuRumha tangga, Sebagian, bekerja sebagai buruh, petan, dan pedagang. Mereka masih gagap teknologi, Kelompok Wanita Tani masih banyak yang gagap teknologi. Belum bisa memasarkan produknya melalui media on line. Penghasilan usaha yang masih rendah, mengandalkan pemasaran konvensional dengan menitipkan ke warung-warung. Kemasan dan disain kemasan yang kurang menarik. Apabila hasil panen dari lahan yang terbatas tersebut tidak mencukupi untuk memproduksi minuman, maka KWT Sekar Melati akan membeli bahan-bahan dari kebun lainnya yang hasilnya lebih banyak. Sehingga ongkos produksi menjadi



bertambah.

Dari permasalahan itulah penulis tergerak untuk melakukan pelatihan dan pendampingan melalui transformasi digital media promosi online kepada UMKM Kelompok Wanita Tani Sekar Melati. Ibu-Ibu pelaku UMKM Kelompok Wanita Tani Sekar Melati akan diberikan pelatihan pengenalan pemasaran melalui media digital dengan platform Youtube, Instagram dan tiktok. Setelah Ibu-Ibu pelaku UMKM Kelompok Wanita Tani Sekar Melati mengenal platform media social, baru kemudian diberi pelatihan membuat konten-konten digital. Terakhir melatih cara berjualan on line melalui platform Instagram, tiktok, dan youtube. Tidak kalah pentingnya adalah daya Tarik kemasan, tim pengabdian masyarakat juga akan melatih membuat kemasan yang eye catching sehingga pembeli tertarik untuk membeli produk UMKM Kelompok Wanita Tani Sekar.

Adapun permasalahan mitra bisa adalah sebagai berikut:

- a. Pendidikan Mitra yang masih rendah
- b. Mitra belum mengenal platform media digital yang ada
- c. Mitra belum dapat mengaplikasikan media promosi digital untuk memasarkan produk dengan membuat konten-konten yang menarik.
- d. Desain kemasan yang masih sederhana dan belum *eye catching*
- e. Peluang usaha sangat besar dibarengi dengan semangat berwirausaha yang tinggi, namun sayangnya mitra masih kalah bersaing dikarenakan masih gagap teknologi

Adapun solusi yang ditawarkan secara garis besar adalah pemberdayaan UMKM Kelompok Wanita Tani Sekar Melati, Sanggrahan, Banguntapan, Bantul melalui pelatihan dan pendampingan dalam mengenal platform media digital, membuat konten media promosi, serta desain kemasan yang menarik.

Secara lebih rinci, pendekatan tersebut diuraikan dalam kegiatan-kegiatan di bawah ini.

- 1) Kegiatan sosialisasi dan motivasi bagi pelaku UMKM Kelompok Wanita Tani Sekar Melati, Sanggrahan untuk menyadarkan masyarakat yang menjadi mitra pentingnya media promosi pemasaran digital
- 2) *Focus Group Discussion* (FGD) dengan mitra untuk menjaring pendapat dan memetakan pengalaman sehari-hari mitra dalam memproduksi minuman Sirup Lidah Buaya, dan ekstrak Jahe Merah.
- 3) Pemutaran acara-acara video youtube tentang promosi usaha-usaha kuliner yang berhasil sebagai motivasi membangkitkan semangat berwirausaha dan mempromosikan usaha bagi UMKM Kelompok Wanita Tani Sekar Melati, Sanggrahan.
- 4) Pelatihan – Pelatihan:
  - a. Pelatihan mengenalkan berbagai platform media promosi digital seperti Yotube, Instagram dan tiktok

- b. Pelatihan membuat akun-akun media social, serta membuat konten-konten media promosi digital
  - c. Pelatihan komunikasi pemasaran on line melalui akun-akun media promosi digital
  - d. Membuat disain kemasan yang menarik
- 5) Pelatihan diikuti dengan pendampingan dilakukan beberapa kali sampai mitra mampu mempromosikan produknya secara mandiri melalui platform media digital

## **METODE DAN PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode yang dipilih sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yaitu: **Ceramah, diskusi (FGD), pelatihan, praktek dan pendampingan.**

1. **Ceramah dan FGD (diskusi)** dilaksanakan untuk penyampaian materi secara langsung pada masyarakat oleh narasumber yang kompeten dibidangnya sesuai kebutuhan. Pelatihan dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan tentang:
  - a) Pelatihan mengenalkan berbagai plat form media promosi digital seperti Yotube, Instagram dan tiktok
  - b) Pelatihan membuat akun-akun media social, serta membuat konten-konten media promosi digital
  - c) Pelatihan komunikasi pemasaran on line melalui akun-akun media promosi digital
  - d) Membuat disain kemasan yang menarik
2. **Praktek dan pendampingan** bagi UMKM dalam mengimplementasikan pelatihan-pelatihan yang telah diberikan. Praktek dan pedampingan berupa:
  - a) Praktek dan pendampingan penerapan teknologi media digital sebagai media promosi pemasaran produk Sirup Lidah Buaya dan minuman ekstrak Jahe Merah.
  - b) Praktek dan Pendampingan membuat akun-akun media sosial dan konten-konten media digital
  - c) Praktek dan pendampingan penggunaan teknologi media promosi mulai dari design kemasan, sampai promosi melalui Istagram, akun google bisnis, dan whatshap bisnis

Dalam program ini memotivasi masyarakat untuk mampu memanfaat potensi wilayah tertama tanaman menjadi minuman olahan serta meningkatkan nilai tambah, memanfaatkan teknologi media digital dan meningkatkan kemampuan

masyarakat khususnya UMKM KWT Sekar Melati untuk menggunakan media social dalam menjaga kelangsungan usaha, sehingga tercipta peningkatan ekonomi masyarakat, serta produk ini bisa mendukung potensi di wilayah Sanggrahan, Banguntapan, Bantul sebagai Kawasan wisata budaya dan salah satu produk oleh oleh.

### Pelaksanaan Kegiatan

Metode dan tahapan dalam penerapan teknologi kepada masyarakat, mulai dari identifikasi kebutuhan masyarakat, perancangan, pembuatan, uji operasi, pendampingan operasional, dan informasi teknologi tersebut kepada Kelompok UMKM Kelompok Wanita Tani Sekar Melati, Sanggrahan.

#### a. Identifikasi kebutuhan masyarakat :

1. Jaringan Internet
2. Pembuatan media sosial dan pendampingan penjualan *on line*
3. Kemampuan membuat content media social

#### b. Implementasi

1. Teknologi digital tentang Promosi melalui media digital
2. Pembuatan media promosi digital hasil produk Kelompok UMKM Kelompok Wanita Tani Sekar Melati, Sanggrahan.

#### c. Pelaksanaan program inovasi tambahan

1. Membuat platform e-commerce
2. Membuat content media

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian bagi masyarakat yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian UPN "Veteran" Yogyakarta, dengan melaksanakan kegiatan dan luaran. Adapun kegiatan dan luaran-luaran yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

### 1. Observasi awal ke Dusun Sanggrahan, Banguntapan, Bantul.



Gambar 3. Observasi PbM  
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

Observasi menghasilkan beberapa temuan seperti para pelaku UMKM KWT Sekar Melati, Sanggrahan, Bantul belum mempunyai akun google business, akun whatsapp business, disan kemasan yang eye catching, konten IG yang belum menjual

## **2. Workshop**



**Gambar 4. Workshop**  
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

Langkah awal para pengabdi mengadakan workshop dan pelatihan kepada para pelaku UMKM KWT Sekar Melati, Sanggrahan, Bantul. Para peserta sangat antusias mengikuti workshop dan pelatihan ini. Banyak yang mengajukan pertanyaan seputar praktik promosi melalui media on line.

## **3. Produk-Produk UMKM**



**Gambar 5. Minuman Sari Lidah Buaya rasa Lecy**



Gambar 6. Minuman serbuk Jahe Merah  
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

Produk yang dihasilkan para pelaku UMKM KWT Sekar Melati, Sanggrahan, Bantul diantaranya adalah minuman Lidah Buaya rasa Lecy dan minuman serbuk Jahe Merah. Kualitas rasa ke dua produk ini enak menyegarkan dan sebetulnya mampu bersaing di pasaran, namun disain dan media promosi yang masih kurang memadai. Para Pengabdi memberikan solusi kepada produsen untuk membuat inovasi kemasan, disain produk, dan media promosi.

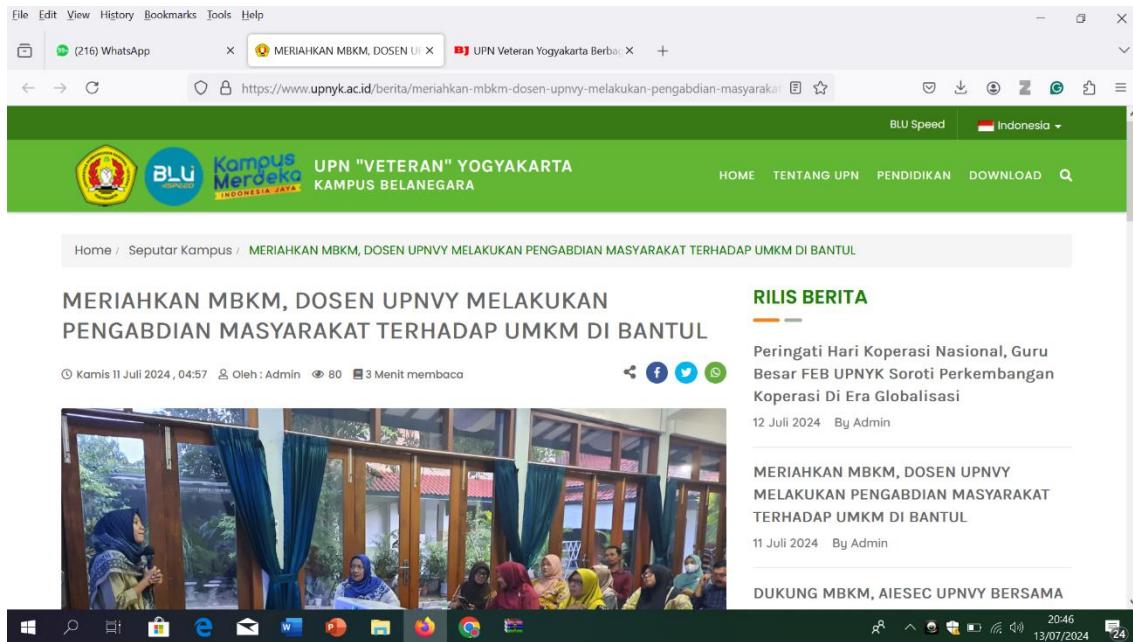
#### 4. Membuat Rilis

Berikutnya penulis membuat Rilis media sebagai salah satu bentuk publikasi hasil PbM. Rilis dimuat pada dua media online yakni bacajogja dan web UPNVY.

<https://bacajogja.id/2024/07/03/upn-veteran-yogyakarta-berbagi-tips-promosi-media-digital-bagi-umkm-banguntapan-bantul/>

The screenshot shows a news article titled "UPN Veteran Yogyakarta Berbagi Tips Promosi Media Digital bagi UMKM Banguntapan Bantul". The article includes a photo of a group of people, social media sharing buttons, and a sidebar with popular topics and local news.

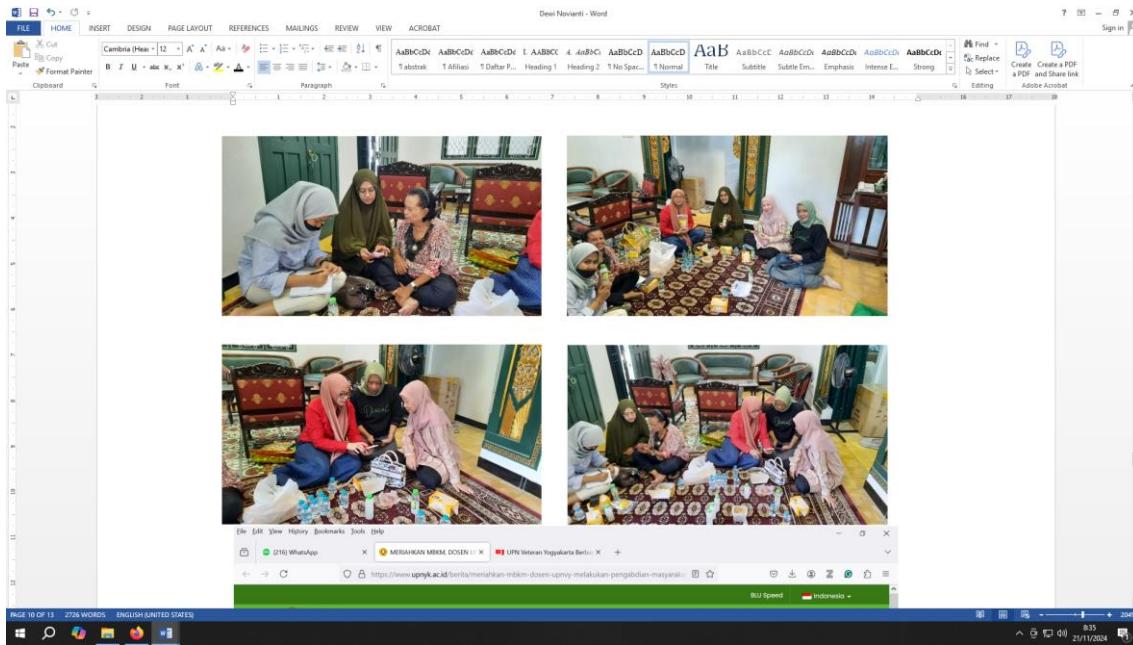
<https://www.upnyk.ac.id/berita/meriahkan-mbkm-dosen-upnvy-melakukan-pengabdian-masyarakat-terhadap-umkm-di-bantul>



Gambar 7. Rilis Media  
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

## 5. Pendampingan Mitra

Aktivitas berikutnya adalah pendampingan mitra.



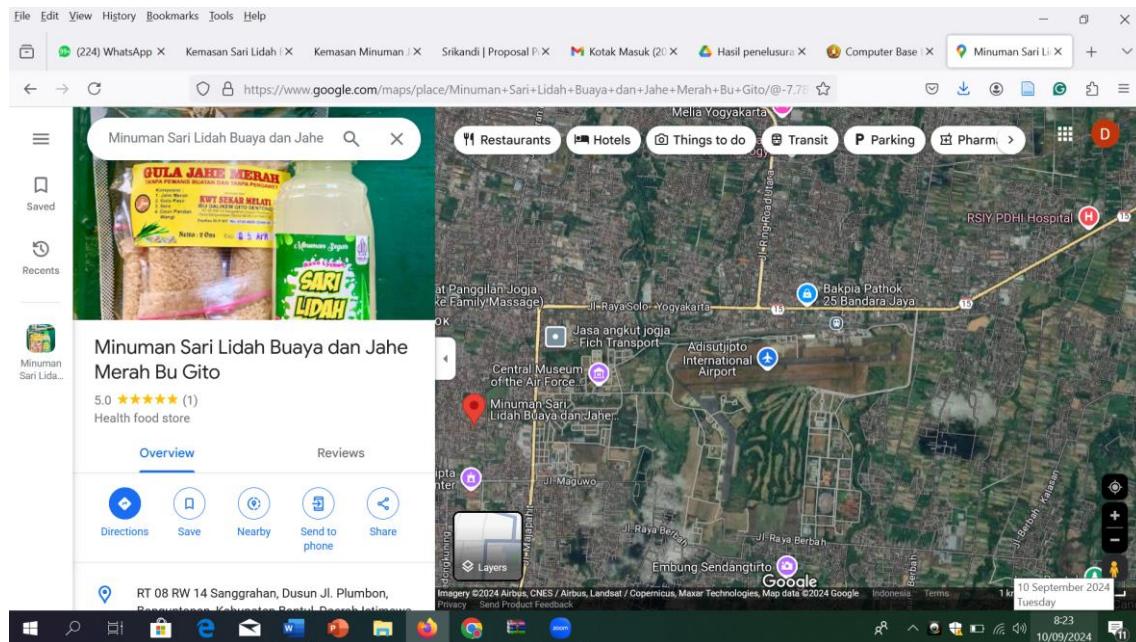
Gambar 8. Pendampingan Mitra  
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

Pendampingan Mitra penting dilakukan mengingat mitra masih sangat awam mengenai media digital. Penyusun menyampaikan Bagaimana cara mengaplikasikan google map dan whatshapp business , serta konten-konten IG



kepada mitra.

## 6. Membuat Akun Google Business Dan WhatsApp Business



Gambar 9. akun Google Business <https://maps.app.goo.gl/vZ2YedAbWUAJF3E97>

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

## 7. Membuat Desain Kemasan Produk



Gambar 10. Desain Kemasan  
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

Aktivitas terakhir para Pengabdi membantu membuat disain kemasan produk minuman Sari Lidah Buaya Bu Gito dan Minuman Jahe Merah Bu Gito. Disain kemasan di buat lebih menarik dan eye catching. Disain menarik dengan labeling yang informatif, lebih menjual dan mudah dikenal konsumen, diharapkan akan mampu bersaing dan laku dipasaran.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian, bertujuan untuk menambah informasi dan implementasi promosi pemasaran melalui media digital bagi para pelaku UMKM KWT Sekar Melati, Sanggrahan, Bantul. Pengabdian masyarakat ini telah menghasilkan beberapa output luaran antara lain: Artikel publikasi di Prosiding PbM, buku ber-ISBN, HKI, Poster, Media Online (IG, Akun Whatshapp Business, akun google business, serta disain kemasan) untuk sarana pemasaran yang digunakan oleh para pelaku UMKM KWT Sekar Melati, Sanggrahan, Bantul, dan publikasi melalui Press release di media.

### **Saran**

Harapan dari program pengabdian ini agar semua program dapat berkelanjutan, sehingga tidak hanya selesai saat program pengabdian masyarakat ini saja, namun semua informasi diharapkan dapat menambah wawasan dan perekonomian masyarakat kurusnya para pelaku UMKM KWT Sekar Melati, Sanggrahan, Bantul.

### **Ucapan Terima Kasih**

Tim Pengabdi mengucapkan terimakasih kepada LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta yang telah mendanai berjalannya program pengabdian masyarakat. Kemudian bagi para pelaku UMKM KWT Sekar Melati, Sanggrahan, Bantul yang telah berperan aktif dan kegiatan pengabdian ini, Serta tidak lupa juga kami ucapkan terimakasih kepada Bapak Dukuh Sanggrahan, Bantul yang mendukung kegiatan Pengabdian hingga selesainya program pengabdian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Apa itu Transformasi Digital? - Penjelasan tentang Transformasi Digital - AWS. (n.d.). Amazon Web Services, Inc. Retrieved March 4, 2023, from <https://aws.amazon.com/id/what-is/digital-transformation/>*
- ekon.go.id. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah—Kementerian*



- Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.  
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Mas'ula, S., R, M. L., & W, T. N. D. (2022). Branding dan Digital Marketing untuk Pengembangan Umkm Minuman Sari Buah Stroberi. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (SINAPMAS)*, 0, Article 0. <http://conference.um.ac.id/index.php/sinapmas/article/view/3222>
- Kristinae, V., & Sahay, M. 2019. Pengaruh social media, learning orientation dan market orientation terhadap marketing capabilities UKM kerupuk ikan saluang di Kalimantan Tengah. *Media Bina Ilmiah*, 14(2), 1959-1966.
- Nurhartadi, E., Muhammad, D. R. A., & Nursiwi, A. 2016. Pemberdayaan UKM Kerupuk Singkong Melalui Diversifikasi Produk. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 4(2).
- Sudaryati, D., Heriningsih, S., & Fitriyani, L. Y. 2020. Analysis of Village Potential Through the Establishment of Village Owned Enterprises (BUMDesa) in Bantul Regency. In *Proceeding of LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta Conference Series 2020-Economic and Business Series* (Vol. 1, No. 1, pp. 284-292).
- Suhendar, D., & Suhardi, D. 2018. Optimalisasi Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerupuk Dorokdok Desa Cibingbin Kecamatan Cibingbin, Kabupaten Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(02)

*Promosi Melalui Media Digital Bagi UMKM Kelompok Wanita Tani Sekar Melati, Sanggrahan, Banguntapan, Bantul  
Dewi Novianti, Siti Fatonah, Sucayyo Heriningsih*

---