

# DIGITAL MARKETING PRODUK STICK JAGUNG MELALUI WEBSITE PADA DESA KAYANGAN

Fitria Ika Agustina<sup>1</sup>, Juhartini<sup>2\*</sup>,  
Baiq Ishariaty Wika Utari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Teknologi Mataram

## Article history

Received : 6 Maret 2023

Revised : 21 Maret 2023

Accepted : 31 Maret 2023

## \*Corresponding author

Juhartini

Email : juhartini8815@gmail.com

## Abstrak

Kata Kayangan diambil dari nama sebuah lokasi tanah adat yang berbentuk sebuah bukit kecil yang memiliki ketinggian sekitar 80 meter. Jagung merupakan salah satu komoditas yang tumbuh subur di dusun Empak Mayong Desa Kayangan. Pada pelatihan ini ada dua jenis kegiatan yang dilakukan, pertama pelatihan pengolahan jagung manis menjadi stick jagung dan yang kedua pelatihan digital marketing untuk pemasarannya. Pada pelatihan pemasaran selain mengajarkan tentang strategi pemasaran secara digital, tim PkM juga membuat sebuah website penjualan sederhana yang dapat dioperasikan oleh para anggota kelompok untuk memasarkan produk stick jagung yang dihasilkan dari pelatihan produksi. Dalam website tersebut terdapat menu untuk menambahkan data produk dan menu untuk mengolah data transaksi pemesanan. Dengan pemasaran digital/digital marketing diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan produk stick jagung. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi diketahui sebanyak 93,66% anggota kelompok wanita tani telah mampu membuat camilan stick jagung. Pemahaman dan keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat dalam pengolahan/pembuatan stick jagung sangat memuaskan sedangkan kualitas produk yang dihasilkan berhasil dengan baik atau maksimal, pemahaman serta keterampilan dalam pengelolaan website penjualan juga cukup memuaskan.

Kata kunci: Pemasaran Digital; Stick Jagung; Website; Desa Kayangan

## Abstract

*The word Kayangan is taken from the name of customary land in the form of a small hill with a height of about 80 meters. Corn is one of the commodities that thrives in the Empa Mayong hamlet, Kayangan Village. In this training, there were two types of activities carried out, the first was training on processing sweet corn into corn sticks, and the second was digital marketing training for marketing. Apart from teaching digital marketing strategies in marketing training, the PkM team also created a simple sales website that group members could operate to market cornstick products resulting from production training. The website has a menu for adding product data and a menu for processing ordering transaction data. Digital marketing is expected to increase the sales volume of cornstick products. Based on the monitoring and evaluation results, it was found that 93.66% of the women farmer group members were able to make corn stick snacks. The understanding and skills possessed by the community in the processing/manufacturing of cornsticks are very satisfying. While the quality of the products is successful or optimal, the understanding and skills in managing sales websites are also entirely satisfactory*

Keywords: Digital Marketing; Corn Stick; Website; Kayangan Village

Copyright © 2023 Fitria Ika Agustina, Juhartini, Baiq Ishariaty Wika Utari.

## PENDAHULUAN

Kata Kayangan diambil dari nama sebuah lokasi tanah adat yang berbentuk sebuah bukit kecil yang memiliki ketinggian sekitar 80 meter. Kegiatan usaha tani yang diterapkan masyarakat tani di desa ini masih tradisional menurut kebiasaan yang berlanjut turun temurun baik dari teknik budidaya, sistem dan pola tanam maupun dari segi pemilihan jenis tanaman yang akan diusahakan serta para pengusahanya yang tidak intensif dan belum berorientasi pasar. Kondisi seperti ini tentu berpengaruh terhadap rendahnya produktivitas

pertanian yang dihasilkan oleh para petani, sehingga penghasilan yang mereka peroleh masih di bawah rata-rata (Setiawan et al., 2021).

Rendahnya jenis konsumsi pangan dapat menyebabkan tidak berimbangnya asupan zat gizi bagi masyarakat, tentu saja berimplikasi pada rendahnya status gizi yang di alami oleh masyarakat terutama pada golongan masyarakat yang beresiko tinggi seperti ibu hamil dan anak-anak balita. Kondisi ini tentu berpengaruh terhadap upaya keluarga dalam penyediaan pangan bagi keluarganya yang tidak beragam dan bergizi yang berdampak terhadap status gizi anggota keluarganya. Jika kondisi ini terus berlanjut tentu akan mengancam ketahanan pangan rumah tangga (Jayaputra et al., 2020).

Jagung merupakan salah satu komoditas yang tumbuh subur di dusun Empak Mayong Desa Kayangan. Namun pemanfaatan jagung belum dilakukan secara maksimal, mayoritas warga menjual langsung hasil panen secara mentah ke pasar. Selain untuk dikonsumsi langsung seperti direbus, dibakar dan disayur, jagung manis juga bisa diolah menjadi camilan yang memiliki daya jual tinggi di pasaran. Jagung manis ini dapat dijadikan sebagai bahan baku pembuat berbagai camilan yang diminati anak-anak yang memiliki kandungan gizi cukup tinggi. Jagung juga kaya akan komponen pangan fungsional, termasuk serat pangan yang dibutuhkan tubuh. (Fradito & Lindasari, 2021).

**Table 1. Nilai gizi jagung (tiap 100 gr bahan)**

Zat Gizi	Jumlah Gizi
Karbohidrat (gr)	22.8
Vitamin C (mg)	12
Air (gr)	72.7
Vitamin A (mg)	400
Fosfor (mg)	111
Besi (mg)	0.7
Vitamin B (mg)	0.15
Kalsium (mg)	3
Energi (cal)	96

Sumber: (Sinay & Harijati, 2021)

Kegiatan ini dilakukan dengan memanfaatkan Kelompok Wanita Tani (KWT) di Dusun Empak Mayong yang bertujuan untuk memanfaatkan potensi sumber daya alam yang ada guna meningkatkan pendapatan ekonomi warga. Potensi sumber daya alam yang kami manfaatkan dalam kegiatan ini, yaitu jagung manis. Kegiatan pada pelatihan ini ada dua jenis yang pertama pelatihan pengolahan jagung manis menjadi stick jagung dan yang kedua pelatihan *digital marketing* untuk pemasarannya. Kegiatan ini bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan jagung manis menjadi camilan stick jagung dan pelatihan pemanfaatan Teknologi Informasi untuk memasarkan hasil produksi camilan stick jagung tersebut yang diharapkan mampu menambah nilai ekonomis dan penghasilan pada Kelompok Wanita Tani (KWT). Salah satu indikator dari meningkatnya kesejahteraan Indonesia adalah perempuan mandiri (Fradito & Lindasari, 2021.)

Dalam rangka menciptakan tenaga kerja yang produktif serta menanamkan jiwa kewirausahaan di era digital bagi Kelompok Wanita Tani, kegiatan pelatihan ini sangat penting dilakukan agar para anggota kelompok dapat memiliki kemandirian dari segi ekonomi. Dengan demikian diadakannya program pelatihan *digital marketing* ini sebagai wadah agar masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat (Wahyuni, 2020).

Keberhasilan penyelenggaraan program pelatihan pembuatan stick jagung dan pelatihan digital marketing ini sangat ditentukan oleh kesadaran para anggota kelompok yang memerlukan peningkatan kemampuan berusaha dan keterampilan dirinya dalam memproduksi stick jagung dan memanfaatkan teknologi informasi agar dapat memasarkan camilan stik jagung yang dihasilkan sehingga diharapkan adanya

perubahan taraf hidup menjadi masyarakat menjadi lebih baik, peningkatan pendapatan, ekonomi, kepercayaan diri dan mengikutsertakan orang lain dalam pemanfaatan hasil belajarnya dan berperan serta dalam kegiatan sosial dan pembangunan masyarakat (Karwati & Tasikmalaya, 2017).

Produk stick jagung ini, memiliki varian rasa pedas dan original, pemasaran melalui media sosial (*marketplace*) dan Whatsapp diharapkan dapat meningkatkan nilai jual hasil dari stick jagung yang di produksi oleh masyarakat desa Kayangan, khususnya masyarakat dusun Empak Mayong. Dengan adanya pelatihan digital marketing ini dapat memberikan solusi serta membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh masyarakat khususnya terkait pemasaran stick jagung yang dihasilkan (Susilawati & Rachmawati, 2020). Dengan pemasaran digital/*digital marketing* diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan produk stick jagung. Pemasaran digital yang digunakan sebagai media informasi dan komunikasi dalam kegiatan pelatihan ini menggunakan media website (*E-Commerce*) (Pradiani, 2018).

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini di lakukan pada kelompok masyarakat di Desa Empak Mayung Kecamatan Kayangan yang kami jadikan sebagai khalayak sasaran karena kami melihat ada banyak warga masyarakat di Desa Empak Mayung yang kondisi ekonomi mereka masih belum dapat terangkat yang disebabkan oleh kurangnya jenis pekerjaan yang dapat mereka kerjakan untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Setelah itu, kami mendatangi salah satu kelompok masyarakat dengan membawa surat pengantar dari instansi kami. Kemudian kami sebagai tim PkM mengutarakan maksud kegiatan yang akan kami kerjakan dan menanyakan bagaimana cara pemasaran yang mereka gunakan selama ini. Setelah berdiskusi dengan kelompok masyarakat tersebut akhirnya disepakati bahwa mereka membutuhkan sebuah website sebagai media pemasaran agar dapat memperluas area pemasaran.

Metode yang akan diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah partisipasif agar masyarakat mampu mengevaluasi dan menganalisa hidup agar berhasil menyusun rencana kegiatan dalam konteks pengetahuan dimana kegiatan ini nantinya berupa pelatihan pengolahan jagung manis menjadi camilan stick jagung dan pendampingan/pelatihan tentang pemasaran digital melalui website penjualan (Nugrahaningsih et al., 2021)

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini di tujukan kepada kelompok usaha Wanita Tani yang ada di Desa Empak mayung Kecamatan Kayangan yang diadakan setiap hari Senin mulai tanggal 12 Februari sampai 23 Juli 2022, dimulai pada pukul 08.00-12.00 wita. Kegiatan PkM ini adalah memberikan keterampilan pada kelompok masyarakat khususnya Kelompok Wanita tani (KWT) mengenai pembuatan stick jagung dan sistem manajemen penjualan online berbasis web menggunakan internet atau *digital marketing*. Kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam selang 6 bulan. Banyaknya peserta pelatihan 15 orang yang semuanya penduduk Desa Empak Mayung Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara. Pada akhir kegiatan PKM ini, pada umumnya mereka dapat membuat stick jagung dan mengoperasikan komputer dan internet serta belajar memperkenalkan hasil produksi stick jagung yang dihasilkan melalui website.

### **Persiapan Pelatihan**

Persiapan pelatihan diawali dengan melakukan observasi dan wawancara kepada Kelompok Wanita Tani sebagai sasaran dalam kegiatan ini serta mempersiapkan alat dan bahan untuk pelatihan. Kegiatan pelatihan akan dilakukan dengan metode terstruktur yang bertujuan untuk memberikan pengenalan dan pembekalan pengetahuan tentang proses dan aktifitas dalam pemasaran digital stik jagung (Kusumawardhani et al., 2020).

### **Pelatihan pembuatan stick jagung**

Sebelum memulai pelatihan pembuatan stick jagung terlebih dahulu tim memberikan pengetahuan tentang pentingnya pengelolaan jagung agar dapat bernilai jual tinggi di masyarakat dan meningkatkan jiwa kewirausahaan. Jenis jagung yang digunakan dalam membuat camilan stick jagung ini hanya jagung manis,

di karenakan jenis jagung ini yang memiliki rasa manis dan tekstur yang lembut sehingga mempermudah dalam proses pengolahannya (Susita, 2017).

### **Pelatihan pengemasan dan pembuatan label**

Pengemasan merupakan komponen yang cukup penting dalam memasarkan produk. Namun, masyarakat masih sering mengabaikan hal ini. Pada umumnya, pengusaha pemula tidak terlalu memperhatikan cara pengemasan produk sehingga berdampak pada daya jual yang rendah dan kemasan yang buruk dapat mengakibatkan kerusakan pada produk yang akan dijual. Kemasan prosuk yang baik dan menarik dapat menaikkan harga jual suatu produk yang dipasarkan. Setelah proses produksi selesai, dilakukan pengemasan produk. Pelatihan pengemasan bertujuan agar kemasan stik jagung menjadi lebih bersih dan menarik serta dengan adanya label produk dapat menambah daya tarik konsumen (Afriwan & Agustina, 2020).

### **Pelatihan Pemasaran(Digital Marketing)**

Selain produksi dan pengemasan produk, tim juga memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran dan pemasaran produk melalui media pemasaran online berupa website penjualan (*E-Commerce*) yang berguna untuk memasarkan produk stick jagung secara lebih luas lagi (Amin & Subri, 2018). Pada pelatihan pemasaran tim PkM membuat sebuah webstie penjualan sederhana yang dapat dioperasikan oleh para anggota kelompok untuk memasarkan produk stick jagung yang di hasilkan dari pelatihan produksi. Dalam website tersebut terdapat fitur menu untuk menambahkan produk dan menu mengolah transaksi pemesanan (Indah & Yulianto, 2011).



**Gambar 1. Kerangka teori kegiatan pelatihan kewirausahaan pembuatan stik jagung**

## **HASIL PEMBAHASAN**

Pada tahap analisa kebutuhan telah dilakukan kunjungan ke kelompok Usaha Wanita Tani. Pada kegiatan kunjungan diperoleh informasi bahwa sangat penting pengetahuan tentang pengelolaan penjualan secara online melalui website bagi kelompok usaha Wanita Tani yang ada di Desa Empak Mayung Kecamatan Kayangan. Dalam kegiatan diskusi dengan para anggota kelompok yang ada di Desa Empak Mayung, tim PkM meminta kesediaan para anggota untuk memberi fasilitas kepada tim PkM dalam mengadakan pelatihan website. Kegiatan akan dilakukan selama 6 bulan sesuai dengan kesepakatan awal. Para anggota kelompok memfasilitasi kegiatan pelatihan berupa penyediaan ruangan untuk pelatihan sesuai waktu penyelenggaraan. Pada tahapan persiapan ini tim PkM melakukan pembuatan materi pelatihan dan modul pelatihan. Pelatihan pengelolaan website telah dilaksanakan pada kelompok usaha Wanita Tani. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang kami lakukan ini sangat berkesan bagi mereka karena mereka mendapat banyak ilmu pengetahuan tentang *digital marketing* (Dwijayanti & Pramesti, 2021)

Pembuatan website penjualan untuk meningkatkan hasil penjualan produk stick jagung yang ada di Desa Empak Mayung Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara. Pemasaran digital merupakan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan hubungan komunikasi yang ditargetkan dan terstruktur yang dapat membantu dan mempertahankan pelanggan serta membangun jaringan kerjasama yang lebih baik dengan pelanggan. Yang membuat kami terkesan adalah kelompok usaha Wanita Tani ini belum mampu melakukan pemasaran produk yang mereka hasilkan dengan maksimal hanya terbatas dengan menitipkan pada warung-

warung sekitar Desa mereka sehingga pasarnya sangat terbatas dan mereka sangat membutuhkan media pemasaran digital agar dapat memperluas area pemasarannya (Maria et al., 2021).

Program ini dapat menjadi sebuah inovasi baru dan merupakan potensi usaha untuk meningkatkan perekonomian warga setempat. Dengan adanya pelatihan pembuatan dan pengemasan stick jagung, dengan menggunakan alat produksi dan alat pengemasan yang telah disediakan, mampu meningkatkan keterampilan peserta sehingga mereka dapat memproduksi stick jagung secara mandiri dan mampu meningkatkan perekonomian keluarga. Selain menjadi stick jagung, jagung manis juga bisa diolah menjadi camilan lain seperti emping jagung dan lain-lain namun dalam pelatihan ini tim hanya memfokuskan pada satu jenis produk yaitu stick jagung. Olahan pangan dari hasil panen jagung kebun warga setempat dapat menjadi produk yang bernilai ekonomi tinggi (Dewi & Kurniasih, 2017)

Kegiatan praktik ini, disambut dengan sangat antusias oleh Kelompok Wanita Tani sebagai mitra dalam kegiatan PkM ini, sangat terlihat ketika proses pelatihan praktik pembuatan atau proses produksi stick jagung, peserta memberikan respon yang sangat aktif. Proses produksi olahan stick jagung ini dimulai dengan mempersiapkan semua bahan baku dan peralatan yang dibutuhkan. Kegiatan ini tidak hanya terhenti pada proses produksi namun pengabdian membantu meningkatkan pemahaman tentang manajemen pemasaran, bagaimana design kemasan dan pemilihan bahan dan bentuk kemasan yang untuk menjaga kualitas produk (Handayani & Sundari, 2016).

Pelatihan pengemasan produk stick jagung berupa pemberian label atau merek dan pelatihan cara pengoperasian alat pengemasan. Tujuan dilaksanakannya kegiatan ini tidak lain agar masyarakat mampu menciptakan nama merek dagang yang mudah diingat dan kemasan yang tahan lama sehingga stick jagung tidak mudah tengik atau berubah rasa. Kegiatan ini menghasilkan output yaitu produk stick jagung dengan pengemasan yang rapi beserta pemberian *labeling*. Produk di kemas dalam plastik *Standing Pouch* dengan berat bersih 200 gram. Kemasan yang dipilih agar produk tidak mudah hancur. Tetap renyah karena didukung kemasan yang kaku dan tidak mudah tengik. Pelatihan kemasan sekaligus pelabelan menjelaskan antara lain informasi tentang produk seperti komposisi bahan baku, tanggal produksi dan *expired date*. Manfaat labelling adalah sebagai strategi untuk menambah nilai produk dan menarik minat konsumen agar produk jadi menarik perhatian konsumen, nama produk mudah diingat sehingga dapat meningkatkan daya jual produk (Putri, 2015).

Untuk dapat mengetahui tingkat pemahaman serta keterampilan yang dimiliki para peserta pelatihan, maka perlu dilakukan monitoring saat proses simulasi dan praktek berlangsung, sedangkan evaluasi untuk hasil produk dilakukan setelah produk selesai dibuat. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan bahwa pemahaman dan keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat dalam pengolahan/pembuatan stick jagung sangat memuaskan sedangkan kualitas produk yang dihasilkan berhasil dengan baik atau maksimal, pemahaman serta keterampilan dalam pengelolaan website penjualan juga cukup memuaskan (Dewi & Kurniasih, 2017).



**Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Produksi Stik Jagung**



(a)

(b)

**Gambar 3. Macam-macam kegiatan**

**(a) Hasil Produk Stik Jagung (b) Pengemasan dan Pelabelan Produk Stik Jagung**



**Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing**

## KESIMPULAN

Para peserta pelatihan memperoleh pengetahuan, pemahaman serta keterampilan dalam mengolah bahan baku berupa jagung sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi di masyarakat. Meningkatnya jiwa wirausaha bagi KWT untuk membuka usaha bersama olahan jagung manis sehingga dapat meningkatkan perekonomian keluarga. Kegiatan ini tidak hanya terhenti pada proses produksi namun pengabdian membantu meningkatkan pemahaman tentang bagaimana design kemasan dan pemilihan bahan dan bentuk kemasan yang untuk menjaga kualitas produk. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi yang tim PKM lakukan pada kegiatan tersebut, maka terdapat peningkatan kapabilitas keterampilan dan pengetahuan para anggota kelompok, diketahui sebanyak 93,66% anggota Kelompok Wanita Tani telah mampu membuat camilan stick jagung. Hasil pelatihan dalam bidang pemasaran, menemukan bahwa para anggota Kelompok Wanita Tani ini sudah mampu dalam mengelola teknologi informasi untuk memasarkan produk stick jagung yang mereka hasilkan secara digital/online melalui website penjualan sehingga dapat meningkatkan penghasilan mereka dan memperluas jangkauan area pemasaran.

## PUSTAKA

- Afriwan, O., & Agustina, F. I. (2020). *Pemberdayaan Kelompok Usaha Ibu Rumah Tangga Sayo Baru Kelurahan Turida Kecamatan Sandubaya Kota Mataram*. 2(3), 101–108.
- Amin, M., & Subri, M. (2018). Pelatihan Pembuatan Makanan Ringan Ekstrudat Jagung Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 2(1), 43. <https://doi.org/10.30595/jppm.v2i1.1639>

- Dewi, C. A., & Kurniasih, Y. (2017). *Pemberdayaan petani jagung melalui pengembangan usaha diversifikasi produk olahan jagung di labuapi kabupaten lombok barat*. 2.
- Dwijayanti, A & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *IKRAITH-ABDIMAS*. 4(2): 68-73. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/982>
- Fradito, A., & Lindsari, L. M. (2021). TEKNIK PEMBUATAN CAMILAN JAGUNG MANIS UNTUK MENUMBUHKAN MINAT BERWIRUSAHA WANITA TANI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(2), 136. <https://doi.org/10.17977/um078v3i22021p136-146>
- Handayani, S. M., & Sundari, M. T. (2016). Pemberdayaan Wanita Tani Melalui Pembuatan Keripik Belut Daun Singkong di Kecamatan Jumantono Kabupaten Karanganyar. *Jurnal DIANMAS*, 5(1), 23–34.
- Indah, I. N., & Yulianto, L. (2011). Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Produk Kelompok Pidra Desa Gawang Kecamatan Kebonagung Kabupaten Pacitan. *Journal Speed*, 3(4), 30–33.
- Jayaputra, J., Nurrachman, N., Santoso, B. B., & Damar Jaya, I. K. (2020). Optimalisasi Pemanfaatan Lahan Pekarangan Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Rumah tangga Petani Lahan Kering Di Desa Kayangan Lombok Utara. *Jurnal SIAR ILMUWAN TANI*, 1(1), 13–21. <https://doi.org/10.29303/jsit.v1i1.5>
- Karwati, L., & Tasikmalaya, U. S. (2017). *PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI PELATIHAN WOMAN EMPOWERMENT THROUGH ENTREPRENEURS TRAINING*. 12(1), 45–52.
- Kusumawardhani, R., Kurniawan, I. S., & Ningrum, N. K. (2020). Pelatihan Pemasaran Digital dan Manajemen Usaha Untuk Akselerasi Kinerja UKM Pengrajin Bambu di Desa Tirtoadi, Mlati, Sleman. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 11–17.
- Maria, E., Suharyadi, S., & Hudiono, R. K. (2021). Implementasi pemasaran digital berbasis website sebagai strategi kenormalan baru Dusun Srumbung Gunung pasca Covid-19. *Riau Journal of Empowerment*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.31258/raje.4.1.1-10>
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN KEWIRUSAHAAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA BUMDes BLULUKAN GEMILANG*. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Putri, E. M. (2015). *PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DALAM IMPLEMENTASI SISTEM e-PROCUREMENT ( STUDI KASUS PADA KEMENTERIAN PEKERJAAN UMUM ) INFLUENCE FACTORS COMPETENCE OF HUMAN RESOURCES ON THE PERFORMANCE OF EMPLOYEES IN THE I*. 1–140.
- Setiawan, H., Jiwandono, I. S., Witono, A. H., Oktaviyanti, I., & Purnama, I. (2021). Pendampingan Trauma Pascagempa Berbasis Kearifan Lokal di Desa Kayangan Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Abdimas PHB*, 4(1), 115–122.
- Sinay, H., & Harijati, N. (2021). Determination of Proximate Composition of Local Corn Cultivar from Kisar Island, Southwest Maluku Regency. *Biosaintifika: Journal of Biology & Biology Education*, 13(3), 258–266. <https://doi.org/10.15294/biosaintifika.v13i3.30527>

Susilawati, D., & Rachmawati, P. (2020). Jagung Di Dusun Karangnongko Desa Ngloro Kecamatan the Empowerment of Women Farmer Group : Corn Processing in. *Jppm (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 157–162.

Susita, D. (2017). PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BAGI PELAKU USAHA KECIL DAN BINAAN KOPERASI DI RUMAH SUSUN SEDERHANA SEWA ( RUSUNAWA ) CIPINANG BESAR SELATAN. 1 (1), 58–72.

Wahyuni, S. (2020). Sosialisasi Pemanfaatan Jambu Air Menjadi Nata De Syzigium. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 209–213. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i1.3285>

**Format Sitasi:** Agustina, F.I., Juhartini, Utari, B.I.W. (2023). Digital Marketing Produk Stick Jagung Melalui Website Pada Desa Kayangan. *Reswara. J. Pengabdian. Kpd. Masy.* 4(2): 1038-1045. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i2.3054>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercialL ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))