



Beujroh :

Jurnal Pemberdayaan dan Pengabdian pada Masyarakat
Volume 3, Nomor 2, Agustus 2025 pp. 390-403
DOI <https://doi.org/10.61579/beujroh.v3i2.496>

e-ISSN 3025-9320

p-ISSN 3026-0884

Pemberdayaan Perempuan Fatayat NU Windusari Magelang Melalui Pelatihan Pemasaran Digital *Facebook Marketplace*

Darma Taujiharrahan^{1*}, Yeyen Novita², Achmad Nur Alfianto³,
Kholilatul Khusni⁴, Mesi Herawati⁵

¹Universitas Diponegoro, Indonesia, email: darmarahman@lecturer.undip.ac.id

²Universitas Diponegoro, Indonesia, email: yeyenovita@lecturer.undip.ac.id

³Universitas Diponegoro, Indonesia, email: achmadnuralfianto@lecturer.undip.ac.id

⁴Universitas Diponegoro, Indonesia, email: kholilatulkh@lecturer.undip.ac.id

⁵Universitas Diponegoro, Indonesia, email: mesisherawati@lecturer.undip.ac.id

*Koresponden penulis : darmarahman@lecturer.undip.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 30 April 2025

Diterima: 19 Mei 2025

Diterbitkan: 30 Mei 2025

Keywords:

Digital Marketing;
Participatory Action
Research; Facebook;
Fatayat NU

Kata Kunci:

Pemasaran Digital;
Participatory Action

Abstract

In the digital era, women entrepreneurs must be equipped with relevant digital skills to enhance their business potential. Many women's business groups still face challenges in utilizing technology, particularly in marketing their products online. This community service initiative aimed to strengthen the digital marketing capabilities of women from Fayat NU Windusari, Magelang, through training focused on the use of Facebook as a promotional tool. Using a Participatory Action Research (PAR) approach, the program emphasized collaborative learning and direct practice, enabling participants to better understand and apply Facebook features for marketing purposes. The training covered content creation, product promotion, and interaction with potential customers via social media. As a result, the participants showed improved knowledge and skills in leveraging Facebook for business activities. This activity illustrates the importance of digital empowerment for women, enabling them to expand market access, increase income, and sustain their entrepreneurial efforts in the digital age.

Abstrak

Pemberdayaan Perempuan perlu dilakukan pada era digitalisasi sekarang ini. Kelompok usaha perempuan perlu dibekali pengetahuan dan keterampilan terkait

Research; Facebook;
Fatayat NU**Lisensi:** *cc-by-sa*
Copyright © 2025
penulis

dengan pemanfaatan teknologi digital salah satunya media sosial sebagai media pemasaran produk yang dihasilkan untuk memperluas pasar dan peningkatan penghasilan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pelatihan terkait dengan digital marketing melalui facebook untuk Perempuan anggota Fayat NU Windusari Magelang dengan pendekatan Partisipatory Action Research (PAR). Kegiatan pengabdian yang dilakukan memberikan dampak pada peningkatan pengetahuan dan teknis dalam memanfaatkan media sosial facebook sebagai media pemasaran.

Cara mensitasi artikel:

Taujiharrahman, D., Novita, Y., Achmad Nur Alfianto, Khusni, K., & Herawati, M. (2025). Pemberdayaan Perempuan Fatayat NU Windusari Magelang Melalui Pelatihan Pemasaran Digital Facebook Marketplace. *Beujroh : Jurnal Pemberdayaan Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 390-403. <https://doi.org/10.61579/beujroh.v3i2.496>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru dalam bidang pemasaran, terutama melalui *platform* media sosial seperti *Facebook Marketplace*. *Platform* ini menawarkan solusi praktis dan ekonomis untuk memperluas jangkauan pemasaran produk lokal. Namun, pemanfaatan teknologi tersebut masih belum optimal, khususnya di kalangan pelaku usaha mikro di pedesaan. Salah satu kelompok yang menghadapi tantangan ini adalah anggota Fatayat MWC NU Windusari, Kabupaten Magelang, yang terdiri atas ibu-ibu muda kreatif dengan beragam potensi usaha, mulai dari hasil pertanian, peternakan, hingga kerajinan tangan. Meskipun memiliki produk berkualitas, keterbatasan pengetahuan dalam pemasaran digital menyebabkan produk mereka belum mampu menembus pasar yang lebih luas.

Fatayat MWC NU Windusari merupakan organisasi perempuan di bawah naungan Nahdlatul Ulama yang berfokus pada pemberdayaan wanita dan kesejahteraan anggotanya. Mayoritas usaha yang dikelola meliputi sektor pertanian (sayuran, buah-buahan, dan tanaman organik), peternakan (telur, daging ayam, dan olahan susu), serta

industri kreatif (kerajinan tangan, batik, dan anyaman) (Badan Pusat Statistik, 2024). Kendati demikian, pemasaran produk masih mengandalkan metode konvensional, seperti penjualan langsung atau melalui perantara, sehingga margin keuntungan yang diperoleh relatif rendah. Minimnya literasi digital menjadi faktor utama yang menghambat pengembangan usaha mereka.

Facebook Marketplace dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi permasalahan tersebut. Platform ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain tidak memerlukan biaya iklan, antarmuka yang mudah digunakan, serta jangkauan pemasaran yang luas (Mokhberi et al., 2024). Dengan pelatihan yang tepat, anggota Fatayat dapat memanfaatkan *platform* ini untuk meningkatkan nilai jual produk, memperluas jaringan pemasaran, dan mengurangi ketergantungan pada tengkulak. Selain itu, program ini juga sejalan dengan upaya hilirisasi hasil riset akademik terkait strategi pemasaran digital bagi UMKM.

Urgensi pelatihan ini terletak pada potensinya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kerakyatan sekaligus mengurangi kesenjangan digital di kalangan perempuan pedesaan. Selama ini, banyak produk lokal yang hanya dijual dalam bentuk bahan mentah dengan harga rendah karena kurangnya strategi pemasaran. Dengan meningkatkan kemampuan digital, diharapkan dapat tercipta nilai tambah bagi produk-produk tersebut. Selain itu, program ini juga bertujuan membangun kemandirian ekonomi melalui pemanfaatan teknologi yang terjangkau.

Analisis situasi menunjukkan bahwa beberapa komoditas unggulan di Windusari, seperti hasil pertanian, peternakan, dan kerajinan tangan, belum terserap pasar secara optimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain minimnya promosi digital, ketergantungan pada sistem penjualan tradisional, serta kurangnya pemahaman mengenai *packaging* dan *branding*. Permasalahan utama mitra adalah rendahnya literasi pemasaran digital, keterbatasan akses pelatihan, serta pola pikir bisnis yang masih konvensional. Oleh karena itu, pendampingan secara intensif diperlukan untuk mengubah *mindset* sekaligus memberikan keterampilan teknis dalam pemasaran *online*.

Program pengabdian ini dirancang dengan pendekatan *participatory action research*, di mana mitra tidak hanya menjadi peserta

pasif tetapi juga terlibat aktif dalam penerapan strategi pemasaran digital (Mallory, 2024). Melalui pelatihan *Facebook Marketplace*, diharapkan terjadi peningkatan kapasitas anggota Fatayat dalam mengelola pemasaran produk secara mandiri (Al-Laymoun, 2020).

Secara keseluruhan, program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, tetapi juga memperkuat ekonomi lokal melalui pengembangan usaha mikro yang berkelanjutan. Dampak jangka panjang yang diharapkan adalah terciptanya kemandirian ekonomi bagi anggota Fatayat serta penguatan *brand* produk lokal Kabupaten Magelang. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi di wilayah lain.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan Metode *Participatory Action Research* (PAR). PAR merupakan metode untuk menghubungkan antara kegiatan kepada perubahan sosial (Rahman & Mirnawati, 2020). Adapun tahapan dalam mencapai tujuan pengabdian masyarakat meliputi perencanaan, pelaksanaan evaluasi dan refleksi.

Tahap perencanaan merupakan tahap awal dalam kegiatan pengabdian dengan membangun hubungan antara pengabdian dengan Masyarakat yang terlibat sebagai mitra dalam pengabdian. Pada tahap ini juga dapat dilakukan pemetaan awal terkait dengan permasalahan yang dialami oleh mitra dan potensi Solusi yang mungkin ditawarkan setelah dilakukan identifikasi masalah dengan menggunakan program pengabdian yang dilakukan. Setelah dilakukan observasi awal dirumuskan sebuah perencanaan aksi pengabdian yang melibatkan mitra. Tahap berikutnya setelah dilakukan kegiatan pengabdian adalah evaluasi terkait dengan jalannya kegiatan pengabdian serta evaluasi hasil pengabdian yang dilakukan. Temuan dari hasil pengabdian direfleksikan kemudian untuk menentukan Solusi dari permasalahan yang dialami pada saat kegiatan pengabdian dilakukan. Refleksi juga dapat dilakukan agar mendapatkan hasil pengabdian sesuai dengan yang diharapkan (Hildayanti & Machrizzandi, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi Perempuan yang tergabung dalam komunitas maupun organisasi kemasyarakatan seperti Fatayat Nahdlatul Ulama (NU) melalui program pemberdayaan perempuan. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh para peserta adalah rendahnya kemampuan dan kompetensi dalam pengelolaan usaha, khususnya pada aspek pemasaran digital dan penerapan keuangan digital. Kondisi ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pemahaman di bidang digital marketing serta literasi keuangan digital, sehingga usaha yang dijalankan belum mampu memberikan kontribusi pendapatan secara optimal. Sedangkan lokasi tempat dilakukan untuk kegiatan pengabdian memiliki potensi yang besar khususnya di bidang pertanian. Materi pelatihan yang diberikan mencakup strategi bisnis dalam pemasaran digital, teknik komunikasi pada media sosial, penyusunan kalimat promosi yang menarik, perancangan ide konten, serta pembuatan akun bisnis di media sosial (Dianingrum et al., 2024).

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dilakukan dengan mitra pengabdian yaitu komunitas Perempuan yang tergabung dalam Fatayat NU. Kegiatan dilakukan di aula Gedung MWC NU Windusari Kabupaten Magelang dengan peserta pengabdian sebanyak 50 orang. Adapun rangkaian kegiatan pengabdian yang dilakukan sebagai berikut:

Tahap Perencanaan

Pada tahap ini tim pengabdian melakukan komunikasi dengan mitra agar terjalin hubungan yang baik. Pada tahap ini juga dapat diidentifikasi permasalahan yang dialami oleh Sebagian besar peserta pengabdian adalah belum dapat memanfaatkan media sosial sebagai metode pemasaran digital yang efektif, sedangkan mitra mempunyai potensi produk pertanian dan peternakan yang menjadi sektor unggulan di wilayah mitra pengabdian.



Gambar 1. Perencanaan Kegiatan dengan Mitra

Tahap Pelaksanaan Aksi

Tahap pelaksanaan Sebagian besar berisi tentang materi dan praktik pembuatan akun facebook dan Teknik memasarkan produk melalui facebook. Materi disampaikan oleh tim pengabdian dengan metode ceramah terkait dengan keunggulan facebook sebagai *marketplace* produk pertanian maupun peternakan.



Gambar 2. Pelaksanaan Program Pengabdian

Selanjutnya, satu persatu peserta pengabdian praktik untuk membuat akun facebook beserta praktik menawarkan produk melalui *platform* tersebut.

Tahap Evaluasi dan Refleksi

Pada tahap akhir ini kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan dievaluasi dan berbagai kendala beserta hasil dari kegiatan pengabdian ini direfleksikan agar menjadi pertimbangan kegiatan pengabdian berikutnya hasilnya sesuai dengan tujuan kegiatan pengabdian.

Pemberdayaan perempuan merupakan salah satu strategi yang bertujuan untuk meningkatkan peran serta perempuan dalam mengembangkan potensi diri, sehingga mampu mandiri dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan ekonomi serta kesejahteraan keluarga. Salah satu bentuk program pemberdayaan yang dapat dilakukan adalah melalui pelatihan keterampilan, seperti pelatihan digital marketing. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada perempuan, termasuk anggota PKK, guna mendorong motivasi mereka menjadi wirausaha perempuan (*womenpreneur*) serta mengembangkan usaha secara adaptif di era digital saat ini (Paramita et al., 2024).

Rendahnya pengetahuan ibu-ibu mengenai penjualan berbasis digital dan strategi pemasaran melalui platform online menjadi salah satu kendala dalam pengembangan usaha. Hingga saat ini, pelaku wirausaha perempuan di desa masih terbatas dalam memasarkan produknya, yakni hanya melalui fitur story pada aplikasi WhatsApp, sehingga keuntungan yang diperoleh masih relatif rendah. Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan dan memberikan pemahaman kepada para pelaku usaha mengenai konsep dan praktik pemasaran produk secara digital guna meningkatkan daya saing dan hasil penjualan (Nataliawati et al., 2024). Pelatihan pemasaran produk usaha melalui pemasaran digital juga dapat memperluas jangkauan pasar dan konsumen, sehingga dapat meningkatkan pendapatan (Septriani et al., 2023).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan praktis kepada pelaku

UMKM mengenai strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam rangka mendorong pengembangan usaha yang mereka jalankan. Materi disampaikan melalui metode ceramah langsung, simulasi, serta diskusi interaktif yang mencakup manajemen usaha, digitalisasi pemasaran, strategi promosi produk, dan peningkatan penjualan serta berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas (Asnawan et al., 2022). Kegiatan pelatihan *digital marketing* tersebut dapat mendorong pemberdayaan perempuan pelaku usaha di bidang teknologi dan digital agar mampu beradaptasi dengan dinamika Revolusi Industri 4.0 yang menuntut pemanfaatan teknologi secara optimal. Selain itu, program ini juga diharapkan dapat membuka peluang kerja berbasis digital yang dapat diakses tanpa harus meninggalkan wilayah desa (Merdasari et al., 2024).

Pengabdian ini dirancang untuk memberikan kesempatan, pengetahuan, dan dukungan bagi perempuan dalam mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam bisnis *online*. Melalui pendekatan pendidikan, pelatihan, *mentorship*, dan pembentukan jaringan, PKM ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan dan kontribusi mereka dalam ekonomi digital Indonesia (Muhammadiyah et al., 2024).

Digital marketing dipandang sebagai sarana komunikasi yang lebih efisien dan efektif dalam mempromosikan produk. Strategi ini umumnya mengintegrasikan pendekatan pemasaran yang interaktif dan terpadu, sehingga memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih dinamis antara produsen, perantara pasar, dan konsumen potensial. Salah satu platform yang banyak dimanfaatkan dalam *digital marketing* adalah media sosial. Facebook, sebagai salah satu media sosial yang populer dan banyak diakses, berperan penting dalam menghubungkan individu dari berbagai belahan dunia. Melihat potensi besar dari digital marketing, kemampuan literasi teknologi menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan kegiatan sosialisasi dan pelatihan mengenai pemanfaatan media sosial guna mengoptimalkan strategi pemasaran digital secara lebih efektif (Urva et al., 2022).

Kegiatan pengabdian yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital bagi kelompok usaha perempuan melalui pelatihan yang

memanfaatkan platform Meta sebagai solusi atas berbagai kendala yang mereka hadapi dapat berdampak pada peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta terkait literasi digital. Para peserta mampu mengoperasikan berbagai fitur pada platform Meta seperti Facebook, Instagram, dan *WhatsApp Business* untuk memasarkan produk serta menjangkau konsumen potensial secara lebih efektif (Nugraha et al., 2023). Pengabdian yang dilakukan juga dapat dengan memberikan pendampingan dalam membuat akun media sosial secara mandiri, termasuk menyusun profil dan bio yang menarik (Yani et al., 2022).

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat lain yang menggunakan facebook sebagai media pemasaran dilakukan oleh (Wanti et al., 2023). Kegiatan ini dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan kepada perempuan kepala keluarga serta ibu rumah tangga yang memiliki usaha mandiri, dengan fokus pada pembuatan akun *digital marketing*. Pembelajaran mencakup praktik pembuatan akun pada platform marketplace, salah satunya melalui Facebook dengan langkah-langkah seperti pembuatan *Fanpage*, pengelolaan *Fanpage*, serta strategi promosi. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mendukung pengembangan kapasitas dan keberdayaan perempuan. Pemberdayaan dilakukan melalui penguatan usaha ekonomi kreatif, pemanfaatan media sosial sebagai sarana digital marketing, serta mendorong perempuan agar menjadi individu yang produktif, mandiri secara ekonomi, dan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga.

Tersedianya akses teknologi digital yang digunakan sebagai media pemasaran menjadikan para pelaku usaha dapat beradaptasi pada perubahan yang terjadi di pasar (Hendra et al., 2024). Akan tetapi, keterbatasan pengetahuan dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan bisnis digital menyebabkan rendahnya kapasitas pelaku usaha dalam melakukan penetrasi serta mempertahankan eksistensi pada pasar berbasis digital (Veranita et al., 2023). Selain itu, penerapan digital marketing berpotensi meningkatkan efektivitas pemasaran produk, namun menurut (Indah et al., 2025) keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap internet masih menjadi hambatan utama.

Upaya penguatan dan pemberdayaan terhadap pelaku UMKM perempuan melalui pelatihan digital marketing terbukti memberikan dampak positif, khususnya dalam meningkatkan motivasi, aspek kognitif, serta keterampilan peserta (Veranita et al., 2023). Hasil pemberdayaan perempuan melalui pelatihan pemasaran digital menunjukkan bahwa terdapat peningkatan dari aspek pengetahuan (Juhartini et al., 2024).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan dampak pada peningkatan pemahaman terkait pentingnya pengelolaan sumber daya manusia yang efektif serta pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan di bidang manajemen sumber daya manusia dan pemasaran digital dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mendukung upaya pemberdayaan perempuan secara berkelanjutan (Ashriana et al., 2024). Kegiatan pelatihan juga dapat berdampak pada meningkatnya pemahaman peserta terhadap teknik-teknik digital marketing. Hal tersebut turut berkontribusi pada meningkatnya penjualan produk lokal melalui platform daring. Selain itu, program pelatihan ini juga berhasil memperkuat jejaring komunitas perempuan di tingkat desa, serta mendorong terciptanya kolaborasi dalam berbagai kegiatan kewirausahaan (Puspitasari et al., 2024).

Pelatihan terkait dengan digital marketing dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat pelaku usaha, bahkan sebesar 73% Perempuan yang mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh (Hendra et al., 2024) menunjukkan bahwa dengan menggunakan digital marketing berdampak pada peningkatan penjualan produk mereka. Hal tersebut disebabkan hasil pelatihan dapat meningkatkan kemampuan pemasaran serta memperluas area pemasaran, sehingga kegiatan tersebut berdampak pada peningkatan pendapatan (Juhartini et al., 2024).

Peningkatan penjualan setelah mengimplementasikan strategi digital marketing bagi para pelaku usaha, yang mengindikasikan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam mendorong peningkatan kinerja usaha. Secara umum, program pelatihan ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan dan rasa percaya diri para pelaku usaha, tetapi juga memotivasi mereka untuk menyesuaikan diri dengan dinamika pemasaran *modern*, meskipun masih terdapat sejumlah

tantangan yang perlu dihadapi dan diselesaikan (Hendra et al., 2024). Dampak lain juga diperoleh oleh peserta pelatihan dengan berhasil meningkatkan pendapatan mereka dan menciptakan sumber penghasilan baru melalui bisnis digital yang mereka kembangkan. Hal ini tidak hanya memberikan dampak positif pada tingkat kesejahteraan individu, tetapi juga pada tingkat kesejahteraan rumah tangga dan komunitas secara keseluruhan (Syukur et al., 2024).

KESIMPULAN

Pemberdayaan perempuan merupakan salah satu strategi yang bertujuan untuk meningkatkan peran serta perempuan dalam mengembangkan potensi diri, sehingga mampu mandiri dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan ekonomi serta kesejahteraan keluarga. Pengabdian yang dilakukan kepada mitra Fatayat NU Windusari Kabupaten Magelang dapat meningkatkan pengetahuan dan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran produk unggulan mereka diantaranya produk pertanian maupun kerajinan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Secara khusus, kami sampaikan penghargaan kepada Yayasan Pondok Pesantren Biroyatul Huda, Kabupaten Banyumas, atas sambutan yang hangat, dukungan penuh, dan partisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Para pengurus yayasan, guru, dan siswa yang telah berpartisipasi dengan antusias dan berkontribusi dalam diskusi dan pembentukan tim inisiasi koperasi syariah.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Laymoun, O. H. (2020). The impact of need for cognitive closure on facebook commerce and the mediating role of perceived social support. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 3247-3255.
- Ashriana, A. N., Joenarni, E., Kridaningsih, A., Hakim, Y. R. Al, Sholeh, R., Irfan, M., Waluyo, S. E. Y., & Pratiwi, E. C. (2024). Pemberdayaan

- Perempuan melalui Pelatihan Manajemen Sumber Daya Manusia dan Pemasaran Digital di Sekolah Perempuan (SEKOPER) Mojokerto. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4), 117-125. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.59024/faedah.v2i4.1109>
- Asnawan, A., Alfiana, D. M., Sa'diyah, H., Efendi, M. D., Azizah, S. A., & Rohman, T. (2022). Pemberdayaan Perempuan UMKM Melalui Digital Marketing di Desa Jombang Kecamatan Jombang. *Ngarsa: Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, 2(2), 189-202. <https://doi.org/10.35719/ngarsa.v2i2.320>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Kecamatan Windusari Dalam Angka: Windusari District in Figures*.
- Dianingrum, M., Novitasari, H., Lestari, A. A., & Mugiarti. (2024). Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Marketing dan Literasi Keuangan Digital Bagi Fatayat NU Ledug. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 6407-6413. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4855>
- Hendra, M., Judijanto, L., Prananda, G., Fatulloh, M. A., Rimban, D., & Murthada. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Usaha Mikro Dan Kecil. *Journal of Human And Education*, 4(6), 186-191.
- Hildayanti, A., & Machrizzandi, M. S. (2022). Mengenal Pola Perilaku Penghuni Melalui Metode Participatory Action Research (PAR) Di Rusun Mariso Kelurahan Lette Kota Makassar. *SIPISSANGNGI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 163-172. <https://doi.org/10.35329/sipissangngi.v2i2.3075>
- Indah, A. R., Hanani, F., Bardani, A. R., & Arifatin, F. W. (2025). Pemberdayaan Perempuan melalui Inovasi Pemanfaatan Daun Kelor dan Digital Marketing di Desa Titik , Sekaran , Lamongan , Jawa Timur. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 5(1), 29-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.54082/jamsi.1389>
- Juhartini, Saniyah, E. Y., & Yani, A. (2024). Pemberdayaan Wanita Melalui Digital Marketing dan Akses Terhadap Modal Usaha, Desa Batu Kumbang, Kec. Lingsar. *ADINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 143-153.
- Mallory, D. B. (2024). Participatory Action Research. *Elgar Encyclopedia of*

- Organizational Psychology*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4337/9781803921761.00093>
- Merdasari, Ii., Antoni, D., & Oktala, R. (2024). Pemberdayaan Perempuan Di Era Digital Melalui Pelayanan Marketing Digital, Service Digital Dan Komunikasi Digital Menuju Desa Wisata di Kecamatan Pulau Pinang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 5(4), 383–399.
- Mokhberi, A., Huang, Y., Humbert, G., Obada-Obieh, B., Koushki, M. M., & Beznosov, K. (2024). Trust, Privacy, and Safety Factors Associated with Decision Making in P2P Markets Based on Social Networks: A Case Study of Facebook Marketplace in USA and Canada. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3613904.3641966>
- Muhammadiyah, M., Wardani, A. N. K., Yuwono, S., Khairunnisa, & Jumriah. (2024). Pemberdayaan Perempuan Dalam Bisnis Online: Peluang Dan Tantangan Di Era Digital. *Communnity Development Jpurnal*, 5(2), 3924–3931.
- Nataliawati, R., Musyarofah, S., Qosim, Handayani, L., & Wulandari, R. S. (2024). Sosialisasi Pentingnya Digital Marketing Bagi Wirausaha Perempuan. *Communnity Development Journal*, 5(1), 1140–1145.
- Nugraha, A., Lestari, L. P., & Jannah, M. (2023). Pemberdayaan Kelompok Usaha Wanita Melalui Pelatihan Literasi Digital Meta Platform di Desa Jenggawah Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(4), 3844–3850.
<https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4.1932>
- Paramita, C., Amalia, A., Supriyanto, C., & Purwanto, P. (2024). Pelatihan Digital Marketing Bagi Ibu-ibu PKK sebagai Upaya Mendukung Pertumbuhan Womenpreneur. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 645–651. <https://doi.org/10.62411/ja.v7i2.2154>
- Puspitasari, H. A. R., Fitrinda, T. D., Abdillah, G. S., Rahman, I., & Kartika, D. S. Y. (2024). Pemberdayaan Perempuan Desa Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kewirausahaan Lokal. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(5), 185–191.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61722/japm.v2i5.2480>
- Rahman, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu*

Pendidikan Non Formal, 6(1), 62–71.

- Septriani, S., Hadiyanto, H., & Anitasari, M. (2023). Pelatihan Digital Marketing Bagi Kelompok Disabilitas Kota Bengkulu. *Madaniya*, 4(4), 2008–2014. <https://doi.org/10.53696/27214834.682>
- Syukur, M., Arifin, I., Agustang, A. D. M. P., Jumadi, & Bahri. (2024). PKM: Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital Di Desa Pacellekang Di Kabupaten Gowa. *SEMINAR NASIONAL HASIL PENGABDIAN 2024 "Riset Inovatif Dan Pengabdian Yang Unggul Menuju Era Baru Keemasan UNM," September*, 558–563.
- Urva, G., Pratiwi, M., & Oemara Syarief, A. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.301>
- Veranita, M., Gunardi, Yusuf, R., & H, Y. R. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Perempuan Dalam Upaya Peningkatan Ketahanan Ekonomi Melalui Pelatihan Digital Marketing. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 388–401. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1461>
- Wanti, A. K., Manihuruk, H., Maryam, S., Istiyanto, B., Matondang, N., & Ridwan, R. (2023). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Usaha Ekonomi Kreatif Home Industri Rumah Tangga Melalui Digital Marketing. *Ikra-Ith Abdimas*, 7(3), 307–313. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v7i3.3061>
- Yani, P., Susila, M. R., Nugroho, W. C., Widiarto, H., & Pradhani, F. A. (2022). Pemberdayaan Digital Marketing Bagi Kelompok Usaha Wanita Fatayat Jawa Timur. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 1–11.