

---

## OPTIMALISASI *DIGITAL MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING TOKO CAHAYA COMPCCELL

Ni Made Sunarsih<sup>1,\*</sup>, I Putu Aldi Tulus Santika<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: sunarsihnimade@unmas.ac.id

### ABSTRAK

Cahaya Compcell merupakan usaha yang telah berdiri sejak tahun 2005 dan mengalami perubahan seiring waktu. Permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman karyawan dalam memanfaatkan pemasaran digital, belum terdaptasinya toko di Google Maps, serta minimnya promosi yang membuat toko kurang dikenal masyarakat. Solusi yang diberikan meliputi pelatihan pemasaran digital, promosi melalui media sosial, pendaftaran toko di Google Maps, dan pemasangan banner informasi. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan langsung kepada karyawan mengenai cara promosi di Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, pendampingan pembuatan konten, serta pembuatan akun dan pendaftaran di Google Maps. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan pemahaman karyawan terhadap digital marketing, meningkatnya aktivitas promosi online, dan kemudahan konsumen dalam menemukan toko melalui Google Maps. Konsumen juga menunjukkan respons positif terhadap promosi bundling dan diskon. Kesimpulannya adalah strategi yang diterapkan berhasil meningkatkan daya saing toko. Saran ke depan adalah melanjutkan pendampingan serta menjaga konsistensi dalam pelayanan dan promosi agar toko semakin dikenal luas di era digital.

**Kata Kunci:** Pemasaran Digital, Google Maps, Media Sosial, Promosi Diskon

### ANALISIS SITUASI

Pengabdian masyarakat merupakan bentuk pengabdian masyarakat yang tetap mempertahankan esensi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya dalam aspek pengabdian. Perguruan tinggi sebagai simbol kemajuan suatu daerah memiliki peran penting dalam memberikan manfaat bagi masyarakat (Dwiansyah et al., 2024). Keberadaan Pengabdian masyarakat tidak hanya sekadar memenuhi kewajiban akademik mahasiswa, tetapi juga menjadi sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Muniarty et al., 2022). Dengan demikian, perguruan tinggi tidak hanya menjadi pusat pendidikan, tetapi juga agen perubahan sosial yang berkontribusi bagi pembangunan bangsa.

Namun, dalam implementasinya, Pengabdian masyarakat sering menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam persepsi masyarakat terhadap kegiatan pengabdian. Beberapa masyarakat menganggap pengabdian hanya sebagai formalitas akademik bagi mahasiswa, sementara yang lain menilai keberhasilannya hanya dari hasil fisik yang monumental. Selain itu, masih ada kesalahpahaman yang menganggap mahasiswa pengabdian sebagai individu serba bisa yang dapat menyelesaikan seluruh permasalahan masyarakat. Tantangan ini menunjukkan pentingnya mahasiswa memiliki kompetensi komunikasi yang baik, kemampuan menjelaskan maksud dan

tujuan program secara efektif, serta keterampilan mahasiswa agar kegiatan pengabdian benar-benar memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat (Muna, 2022).

Dari sudut pandang ekonomi dan bisnis, Pengabdian masyarakat memiliki relevansi yang kuat dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Melalui program seperti pendampingan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), pengenalan teknologi dalam dunia bisnis, serta edukasi kewirausahaan, mahasiswa dapat membantu masyarakat mengembangkan keterampilan ekonomi mereka (Herdiansah, 2021). Selain itu, dalam era globalisasi, perguruan tinggi juga memiliki peluang untuk berkolaborasi dengan mahasiswa dan dosen asing dalam program pengabdian yang lebih luas. Dengan cara ini, perguruan tinggi dapat berkontribusi dalam meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat serta mempersiapkan mereka menghadapi tantangan bisnis modern.

Pada akhirnya, pelaksanaan Pengabdian masyarakat harus mampu melahirkan program-program yang tidak hanya bersifat aplikatif tetapi juga berkelanjutan. Perguruan tinggi memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa pengabdian masyarakat yang dilakukan mampu memberikan dampak positif jangka panjang bagi masyarakat, baik dalam aspek sosial, ekonomi, pendidikan, maupun budaya. Implementasi pengabdian harus berbasis pada hasil penelitian yang dapat diterapkan secara nyata serta memperkuat kapasitas masyarakat dalam berbagai bidang (Nurdin, 2023). Dengan demikian, Pengabdian masyarakat tidak hanya menjadi bentuk tanggung jawab akademik, tetapi juga solusi nyata dalam mendukung pembangunan berkelanjutan bagi masyarakat dan bangsa.

Cahaya Compcell merupakan sebuah usaha yang telah berdiri sejak tahun 2005 dan mengalami berbagai perubahan seiring waktu. Awalnya, toko ini melayani penjualan pulsa, kartu SIM, serta menyediakan layanan penyewaan warnet. Namun, dengan menurunnya minat masyarakat terhadap warnet, usaha ini menghentikan layanan tersebut dan fokus pada penjualan produk lain. Pada tahun 2018, toko ini direnovasi dan kembali beroperasi dengan menawarkan beragam produk, termasuk pulsa, kartu SIM dari berbagai operator, jasa cetak dan laminating, fotokopi, penjilidan, serta berbagai alat tulis dan kosmetik. Sebagai usaha yang telah lama berdiri, Cahaya Compcell memiliki potensi besar dalam menarik konsumen, tetapi masih menghadapi beberapa kendala yang menghambat perkembangannya.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Dalam pengamatan awal di lokasi pengabdian masyarakat, ditemukan bahwa salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh Cahaya Compcell adalah kurangnya pemahaman karyawan dalam memanfaatkan pemasaran digital. Kondisi ini menyebabkan usaha kurang dikenal oleh masyarakat luas, sehingga sulit untuk menarik konsumen baru. Minimnya strategi promosi yang efektif juga berpengaruh terhadap daya saing usaha, terutama dalam menghadapi persaingan dengan toko-toko sejenis di sekitar wilayah tersebut. Banyak konsumen yang tidak mengetahui

keberadaan toko ini atau produk yang dijual, sehingga lebih memilih berbelanja di tempat lain yang lebih aktif dalam melakukan promosi.

Dari sisi ekonomi dan bisnis, permasalahan lain yang dihadapi adalah kesulitan konsumen dalam menemukan lokasi toko. Banyak masyarakat saat ini mencari kebutuhan mereka melalui pencarian *online*, termasuk mencari toko yang menjual pulsa, alat tulis, atau jasa percetakan. Namun, Cahaya Compcell belum terdaftar secara resmi di Google Maps, sehingga konsumen kesulitan menemukannya. Selain itu, tidak adanya *review* atau *review online* dari konsumen sebelumnya membuat toko ini kurang menarik bagi calon pembeli. Dalam persaingan bisnis modern, kehadiran toko *online* sangat penting agar usaha dapat dikenal lebih luas di tengah meningkatnya penggunaan internet dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Kondisi sosial di sekitar lokasi usaha juga menjadi faktor yang memengaruhi perkembangan Cahaya Compcell. Sebagian besar konsumen berasal dari lingkungan sekitar, termasuk pelajar dan pekerja yang membutuhkan layanan seperti cetak dokumen dan pembelian alat tulis. Namun, karena kurangnya promosi yang efektif, banyak dari mereka yang tidak mengetahui layanan lengkap yang tersedia di toko ini. Selain itu, pola konsumsi masyarakat saat ini semakin beralih ke belanja *online*, sehingga toko fisik perlu memiliki strategi khusus untuk tetap menarik minat konsumen. Dengan memahami situasi ini, mahasiswa dapat merancang program kerja yang dapat membantu usaha meningkatkan daya saingnya serta memperluas jangkauan pasarnya melalui strategi pemasaran yang lebih efektif.

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi diatas, maka solusi yang dapat diberikan untuk Cahaya Compcell adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan keterampilan pemasaran digital dan optimalisasi keberadaan usaha secara *online* dengan mengadakan pelatihan dasar tentang pemasaran digital bagi karyawan. Pelatihan ini mencakup cara memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk promosi. Karyawan akan diajarkan cara membuat konten menarik, penggunaan hashtag yang relevan, serta strategi pemasaran yang efektif, seperti menawarkan diskon dan program bundling produk.
2. Membantu toko mendaftarkan lokasi mereka di Google Maps agar lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Saat ini, banyak calon pembeli mencari toko melalui pencarian *online*, sehingga kehadiran di Google Maps sangat penting. Dengan mendaftarkan toko, konsumen dapat menemukan lokasi dengan lebih akurat serta melihat informasi yang relevan, seperti jam operasional dan layanan yang tersedia. Selain itu, toko akan didorong untuk mengumpulkan *review* positif dari konsumen yang telah berbelanja, guna meningkatkan kredibilitas dan daya tariknya bagi calon konsumen. Sebagai pendukung promosi *offline*, akan dibuat *banner* yang berisi informasi mengenai toko, seperti layanan yang disediakan

dan kontak yang bisa dihubungi, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui lebih banyak tentang toko secara langsung di lokasi.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Cahaya Compcell menggunakan beberapa metode agar program berjalan efektif dan memberikan hasil yang maksimal, yakni:

1. Metode pelatihan

Pelatihan bagi karyawan mengenai pemasaran digital yang mencakup cara menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk promosi, serta pembuatan konten menarik dengan penggunaan hashtag yang tepat.

2. Metode pendampingan

Metode pendampingan diterapkan dengan memberikan bimbingan langsung kepada karyawan dalam mengelola media sosial toko dan menjalankan strategi pemasaran yang telah diajarkan. Pendampingan ini bertujuan agar karyawan tidak hanya memahami teori, tetapi juga dapat langsung mempraktikkannya dalam operasional sehari-hari.

3. Metode pemberdayaan

Metode pemberdayaan digunakan dengan mendorong pemilik toko untuk lebih aktif dalam mengembangkan usahanya melalui strategi promosi yang lebih menarik, seperti diskon dan program bundling produk. Selain itu, mahasiswa membantu mendaftarkan lokasi toko di Google Maps dan mengajak konsumen untuk memberikan *review* positif guna meningkatkan keberadaan toko secara *online*.

## **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program dalam kegiatan pengabdian masyarakat di Cahaya Compcell dilakukan secara sistematis dengan melibatkan beberapa pihak, termasuk mahasiswa, pemilik toko, dan karyawan. Program ini terdiri dari dua bagian utama, yaitu program kerja utama yang berfokus pada strategi pemasaran digital dan peningkatan keberadaan toko, serta program kerja tambahan yang mendukung operasional toko agar lebih efisien.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal, mahasiswa melakukan observasi untuk memahami kondisi toko, tantangan yang dihadapi, serta kebutuhan yang harus dipenuhi. Observasi ini mencakup analisis tentang bagaimana toko beroperasi, strategi pemasaran yang telah diterapkan, serta kendala dalam menarik konsumen. Setelah memperoleh gambaran yang jelas, mahasiswa menyusun rencana kerja yang mencakup pelatihan digital marketing, strategi promosi diskon, optimalisasi Google Maps, serta program tambahan seperti pembersihan toko, pelayanan konsumen, dan pencatatan administrasi. Setelah rencana kerja disusun,

mahasiswa berkoordinasi dengan pemilik toko dan karyawan untuk memastikan kesiapan mereka dalam menjalankan program.

2. Pelaksanaan Program Kerja Utama

Dalam pelaksanaan Pengabdian masyarakat ini, mahasiswa menjalankan dua program kerja utama, diantaranya:

- a. Pelatihan *digital marketing* dan promosi diskon. Mahasiswa memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai cara menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk mempromosikan produk. Materi pelatihan mencakup pembuatan konten menarik, penggunaan hashtag yang efektif, serta strategi pemasaran berbasis diskon seperti bundling produk dan promosi harga spesial. Setelah pelatihan, mahasiswa mendampingi karyawan dalam mengimplementasikan strategi ini secara langsung di media sosial toko untuk memastikan mereka memahami dan dapat menjalankannya dengan baik.
- b. Optimalisasi Google Maps dan *Review Online*. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kehadiran digital toko. Saat ini, banyak konsumen mencari toko melalui Google Maps. Jika toko tidak terdaftar atau memiliki sedikit *review*, konsumen cenderung memilih tempat lain. Oleh karena itu, toko akan didaftarkan ke Google Maps agar lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Selain itu, konsumen yang pernah berbelanja akan diajak untuk memberikan *review* positif guna meningkatkan kredibilitas toko. Untuk memberikan informasi yang lebih jelas kepada konsumen, toko juga akan menyediakan *banner* yang berisi detail mengenai lokasi, layanan yang tersedia, dan kontak yang bisa dihubungi. Dengan adanya informasi ini, diharapkan konsumen dapat lebih mudah menemukan dan mengenali toko secara langsung.

Selain program utama, mahasiswa juga melaksanakan program tambahan yang mendukung kelancaran operasional toko, diantaranya:

- a. Pembersihan dan penataan ulang toko untuk menciptakan lingkungan yang lebih nyaman bagi konsumen dan karyawan. Dengan toko yang lebih rapi dan bersih, konsumen dapat lebih mudah menemukan produk yang mereka butuhkan, sehingga pengalaman berbelanja menjadi lebih baik.
- b. Membantu dalam pelayanan konsumen, seperti memberikan informasi produk, membantu dalam proses transaksi, dan menjelaskan layanan yang tersedia di toko. Dengan tambahan tenaga kerja dari mahasiswa, pelayanan menjadi lebih cepat dan efisien, yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat loyalitas mereka terhadap Cahaya Compcell.
- c. Melakukan pencatatan administrasi dan keuangan. Mahasiswa membantu dalam mencatat pemasukan harian serta rekap pesanan yang masuk. Dengan pencatatan yang lebih rapi dan sistematis, pemilik toko dapat lebih mudah memantau perkembangan bisnis serta menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

3. Evaluasi dan Monitoring Program

Selama pelaksanaan program, dilakukan evaluasi berkala untuk menilai efektivitas setiap kegiatan. Mahasiswa bersama pemilik toko dan karyawan berdiskusi mengenai perkembangan yang telah dicapai serta kendala yang masih dihadapi. Jika ditemukan hambatan, maka dilakukan penyesuaian strategi agar hasil yang diharapkan dapat tercapai. Dengan evaluasi yang terus-menerus, program yang telah diterapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi toko.

**Hasil Program**

Setelah pelaksanaan program kerja utama dan tambahan, berbagai hasil yang dicapai dapat diidentifikasi berdasarkan efektivitas implementasi di Toko Cahaya Compcell. Hasil ini mencakup peningkatan dalam aspek pemasaran digital, operasional toko, dan pelayanan pada konsumen.

1. Hasil Program Kerja Utama

a. Pelatihan *Digital marketing* dan Promosi Diskon



**Gambar 1.** Pelatihan Melakukan Digital marketing dan Pembuatan Pamflet Iklan



**Gambar 2.** Menjelaskan Promo Diskon pada Konsumen

Pelatihan *digital marketing* yang diberikan kepada karyawan Cahaya Compcell telah menghasilkan pemahaman yang lebih baik mengenai cara memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk. Karyawan kini lebih terampil dalam membuat konten yang menarik dan menggunakan hashtag yang tepat untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, mereka juga mengerti pentingnya menjalankan strategi promosi seperti bundling produk dan memberikan diskon pada pembelian dalam jumlah tertentu. Dalam implementasinya, toko telah memulai promosi bundling produk, seperti “beli casing HP gratis tempered glass” yang menarik perhatian konsumen. Strategi diskon juga diterapkan pada produk-produk tertentu untuk menarik lebih banyak konsumen, yang

terlihat dari peningkatan kunjungan konsumen ke toko dan interaksi di media sosial.

b. Optimalisasi Google Maps dan *Review Online*



**Gambar 3.** Melakukan Pendaftaran Toko pada Google Maps dan Membuat Banner Toko

Program optimalisasi Google Maps dan *review online* terbukti efektif dalam meningkatkan keberadaan toko. Toko yang sebelumnya tidak terdaftar di Google Maps kini telah muncul di platform tersebut, memungkinkan konsumen untuk menemukan lokasi dengan lebih mudah. Lebih dari itu, toko mulai menerima *review* positif dari konsumen yang pernah berbelanja, yang kemudian mempengaruhi reputasi dan kredibilitas toko di mata konsumen baru. Untuk semakin memperjelas informasi mengenai toko, disediakan *banner* yang berisi detail lokasi, layanan yang tersedia, serta kontak yang bisa dihubungi. Dengan kehadiran informasi yang lebih lengkap, konsumen dapat lebih mudah menemukan toko dan memahami layanan yang ditawarkan, sehingga meningkatkan potensi kunjungan dan transaksi.

2. Hasil Program Kerja Tambahan

a. Pembersihan dan Penataan Toko



**Gambar 4.** Pembersihan Toko dan Penataan Toko

Mahasiswa juga membantu dalam menjaga kebersihan dan kerapian toko yang memberikan dampak positif terhadap lingkungan toko. Kebersihan dan penataan produk yang lebih terorganisir mempermudah konsumen dalam mencari produk yang mereka butuhkan, sehingga meningkatkan kenyamanan saat berbelanja. Toko kini terlihat lebih rapi dan menarik, yang tentunya mempengaruhi pengalaman konsumen dan menciptakan citra yang baik bagi toko. Karyawan juga merasa lebih efisien dalam

bekerja karena ruang yang lebih terorganisir, sehingga proses pelayanan lebih cepat dan efektif.

b. Membantu Pelayanan Konsumen



**Gambar 5.** Membantu Pelayanan pada Konsumen

Dengan adanya mahasiswa yang membantu dalam pelayanan konsumen, toko dapat meningkatkan kecepatan dan kualitas pelayanan. Mahasiswa turut memberikan informasi terkait produk, membantu proses transaksi, serta menjelaskan layanan yang tersedia di toko. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga mendorong loyalitas konsumen untuk berbelanja lebih sering di Cahaya Compcell. Pelayanan yang cepat dan ramah memberikan pengalaman positif bagi konsumen, yang berdampak pada peningkatan kunjungan berulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

c. Pencatatan Administrasi dan Keuangan

Selain itu, mahasiswa membantu dalam pencatatan administrasi dan keuangan toko, termasuk mencatat pemasukan harian serta rekap pesanan yang masuk. Pencatatan yang lebih rapi dan sistematis memudahkan pemilik toko untuk memantau perkembangan bisnis, membuat laporan keuangan, serta mengevaluasi strategi pemasaran yang sudah dijalankan. Data yang lebih akurat memungkinkan pemilik toko untuk membuat keputusan bisnis yang lebih informasional, seperti perencanaan diskon atau promosi lebih lanjut. Dengan bantuan mahasiswa, pemilik toko kini dapat lebih fokus pada perencanaan jangka panjang tanpa khawatir terhadap aspek administrasi yang terlupakan.

### **Pembahasan**

Hasil program kerja di Toko Cahaya Compcell menunjukkan bahwa program yang dijalankan berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan aspek pemasaran dan operasional toko. Program pelatihan *digital marketing* dan promosi diskon berhasil meningkatkan pemahaman karyawan mengenai pentingnya pemasaran melalui media sosial. Hal ini terbukti dengan meningkatnya aktivitas di platform media sosial toko, serta antusiasme konsumen terhadap promosi bundling dan diskon yang diperkenalkan. Selain itu, optimasi Google Maps dan ulasan *online* juga menunjukkan hasil yang menggembirakan, di mana toko lebih mudah ditemukan oleh konsumen baru, sementara pendaftaran toko di Google Maps mempermudah konsumen dalam

memberikan ulasan dan menemukan lokasi dengan lebih akurat. Keberadaan *banner* informasi toko juga membantu meningkatkan keberadaan toko secara *offline*, sehingga konsumen lebih mudah mengenali layanan dan produk yang tersedia.

Namun, tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan program adalah keterbatasan waktu dan pemahaman awal karyawan tentang penggunaan media sosial dan digital marketing. Beberapa karyawan mengalami kesulitan dalam mengoperasikan platform media sosial yang lebih kompleks dan membutuhkan waktu lebih lama untuk beradaptasi dengan perubahan strategi pemasaran. Selain itu, meskipun toko telah terdaftar di Google Maps, jumlah ulasan konsumen masih terbatas, karena banyak konsumen yang belum terbiasa meninggalkan ulasan setelah berbelanja. Tantangan lainnya adalah menjaga konsistensi dalam layanan konsumen, terutama saat toko mengalami lonjakan pengunjung selama masa promosi.

Sebagai solusi, diberikan pendampingan lebih intensif kepada karyawan yang kesulitan memahami *digital marketing* dengan menggunakan metode yang lebih sederhana dan langsung pada praktik. Ini dilakukan dengan sesi pelatihan berulang dan contoh konten yang lebih relevan dengan produk yang dijual. Untuk mendorong konsumen lebih aktif memberikan ulasan, toko lebih proaktif dalam mengajak konsumen yang puas untuk menuliskan ulasan melalui Google Maps. Selain itu, strategi promosi yang lebih terarah dan fokus pada target pasar yang tepat, seperti menggunakan Instagram Stories atau WhatsApp Broadcast untuk menawarkan promo eksklusif, juga diterapkan agar lebih banyak konsumen tertarik berbelanja dan memberikan feedback positif. Dengan demikian, meskipun ada beberapa tantangan, solusi yang diterapkan berhasil mengatasi masalah tersebut dan mempercepat hasil positif yang diharapkan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Seluruh program kerja dalam Pengabdian masyarakat di Toko Cahaya Compcell memberikan hasil positif dan berdampak signifikan terhadap perkembangan bisnis. Pelatihan digital marketing membantu karyawan memahami strategi pemasaran melalui media sosial, sehingga promosi produk lebih maksimal. Strategi diskon dan bundling terbukti meningkatkan daya tarik toko dan penjualan. Optimalisasi Google Maps memudahkan calon konsumen menemukan toko. Banner informasi toko turut mendorong peningkatan review positif yang meningkatkan kepercayaan konsumen. Program tambahan seperti penataan toko, peningkatan pelayanan, dan pencatatan administrasi berkontribusi pada efisiensi operasional. Toko yang lebih bersih dan tertata meningkatkan kenyamanan belanja, pelayanan cepat dan ramah meningkatkan kepuasan konsumen, dan pencatatan rapi mempermudah evaluasi bisnis. Secara keseluruhan, program ini meningkatkan daya saing Toko Cahaya Compcell serta memberikan manfaat jangka panjang bagi pemilik dan karyawan dalam mengelola bisnis lebih baik.

Agar manfaat dari program ini dapat terus dirasakan dan dikembangkan, beberapa rekomendasi dapat diterapkan untuk keberlanjutan program di Toko Cahaya

Compcell maupun dalam program Pengabdian masyarakat serupa di masa mendatang, yakni: Disarankan agar pihak toko secara konsisten menerapkan strategi digital marketing yang telah diajarkan. Karyawan perlu aktif dalam mengelola akun media sosial dengan membuat konten promosi secara rutin dan merespons interaksi konsumen. Selain itu, pemilik toko diharapkan terus mendorong konsumen untuk memberikan ulasan di Google Maps guna meningkatkan reputasi online toko. Untuk pengembangan program serupa di lokasi pengabdian masyarakat lainnya, mahasiswa dapat menyesuaikan strategi pemasaran digital dengan karakteristik usaha yang didampingi. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi berkala untuk mengukur efektivitas program yang diterapkan. Jika memungkinkan, kerja sama dengan komunitas bisnis atau pelaku usaha lokal dapat dijangkau untuk memberikan pelatihan yang lebih komprehensif bagi UMKM.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dwiansyah, A., Putri, S. A. E., Cahyani, A., Apriani, G., Pernandes, J., Manah, A. G., Nisa, F. K., Lestari, R. P., & Kaurany, J. ringga. (2024). Pengabdian kepada Masyarakat melalui Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sumber Arum Dusun 1 Community Service through Real Work College (KKN) Activities in Sumber Arum Dusun 1 Village. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(4), 5444–5453. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Herdiansah, A. G. (2021). Pengembangan Potensi Kewirausahaan Dengan Prinsip Penta Helix Di Desa Margamekar Kabupaten Sumedang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 539–547. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i3.31078>
- Muna, C. (2022). EKSISTENSI PERAN MAHASISWA DALAM PENGABDIAN MASYARAKAT. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, 01(01), 32–50. <https://ejcs.eastasouth-institute.com>
- Muniarty, P., Pratiwi, A., & Rimawan, M. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kuliah Kerja Nyata Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima. *JE (Journal of Empowerment)*, 2(2), 172–182. <https://doi.org/10.35194/JE.V2I2.1586>
- Nurdin, N. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat: Dalam Konsep Dan Implementasi. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 01–15. <https://doi.org/10.59024/faedah.v1i3.211>