



Pelatihan dan Penyuluhan Pemasaran Digital UMKM Menggunakan Facebook Ads di Kabupaten Bandung

Erislan¹, Levyda²

Universitas Sahid Jakarta

email: drerislan@gmail.com, levyda@usahid.ac.id

ABSTRAK

Facebook merupakan jejaring sosial yang paling banyak dikunjungi di dunia, dengan lebih dari satu miliar pengguna dunia dan 100 juta lebih pengguna Indonesia baik melalui perangkat desktop maupun seluler. Facebook sangat efektif untuk membangun merek, dan memasarkan produk, informasi pembelian dan lain sebagainya. Beberapa pemilik UMKM yang berhasil mungkin telah mengetahui apa itu Facebook Ads dan bagaimana cara menggunakannya. Istilah Facebook Ads dewasa ini semakin banyak dibahas oleh praktisi baik itu cara menggunakannya maupun trik-trik agar penggunaan Facebook maksimal. Semakin sering dirasakan dampaknya dan menjadi bagian penting dari lancarnya suatu bisnis, maka tools-tools yang dapat dimanfaatkan akan semakin berkembang. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Generasi X yang berumur antara 45 tahun – 60 tahun, generasi ini sangat rentan terhadap ketidaktahuan dampak dan manfaat pemasaran menggunakan media sosial, khususnya Facebook Ads. Selain itu, karyawan UMKM sendiri memiliki Pendidikan yang rendah. Hal ini menunjukkan keterbatasan SDM menjadi masalah pada pertumbuhan UMKM di Kabupaten Bandung. Oleh karena itu diharapkan dengan adanya Pelatihan dan Penyuluhan mengenai pentingnya penggunaan Facebook Ads dan cara pengoperasian diharapkan menjadi Solusi untuk permasalahan di atas. Setelah pelatihan, pelaku UMKM lebih mengetahui dan mengenal fitur-fitur pada Facebook Ads.

Kata Kunci: Digital Marketing, Digital Targeting, Facebook Ads, UMKM Digital

ABSTRACT

Facebook is the most visited social network in the world, with over one billion global users and more than 100 million Indonesian users, both through desktop and mobile devices. Facebook is very effective for building brands, marketing products, purchasing information, and so on. Some successful small and medium enterprise (SME) owners may have known what Facebook Ads are and how to use them. The term Facebook Ads is increasingly discussed by practitioners, both in terms of how to use it and tips and tricks for maximizing Facebook use. The more often its impact is felt and becomes an important part of the smooth running of a business, the more tools that can be utilized will develop. The method used in community service activities is by using lecture and discussion methods. Generation X, aged between 45 - 60 years, is very vulnerable to ignorance of the impact and benefits of marketing using social media, especially Facebook Ads. In addition, the SME employees themselves have a low level of education. This shows that human resource limitations become a problem in the growth of SMEs in Bandung Regency. Therefore, it is hoped that the Training and Education on the importance of using Facebook Ads and how to operate it will be a solution to the above problems. After the training, SME actors are more aware of and familiar with the features on Facebook Ads.

Keyword : Digital MSMEs, Digital Marketing, Digital Targeting, Facebook Ads

DOI: <https://doi.org/10.54832/judimas.v2i2.303>

Pendahuluan

Berdasarkan laporan *The Changing World of Digital In 2023 - We Are Social Indonesia*. Populasi dunia melampaui 8 miliar pada tanggal 15 November 2022, dan telah mencapai 8,01 miliar pada awal tahun 2023. Lebih dari 57 persen populasi dunia kini tinggal di wilayah perkotaan. Sebanyak 5,44 miliar orang menggunakan ponsel pada awal tahun 2023, setara dengan 68 persen dari total populasi global. Pengguna seluler telah meningkat lebih dari 3 persen selama setahun terakhir, dengan 168 juta pengguna baru selama 12 bulan terakhir. Terdapat 5,16 miliar pengguna internet di dunia saat ini, yang berarti 64,4 persen dari total populasi dunia saat ini telah online. Data menunjukkan bahwa total pengguna internet global meningkat sebesar 1,9 persen selama 12 bulan terakhir.



Sumber; We Are Social. 2023

Pengguna media sosial saat ini sebanyak 4,76 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia, setara dengan kurang dari 60 persen total populasi global. Pertumbuhan pengguna media sosial telah melambat dalam beberapa bulan terakhir, dengan penambahan bersih tahun ini sebesar 137 juta pengguna baru yang setara dengan pertumbuhan tahunan hanya sebesar 3 persen. Jumlah pengguna Facebook global mencapai 2,23 miliar pada Juli 2023. Facebook (FB) masih menjadi media sosial terpopuler di dunia. Berdasarkan laporan Statistik, media jejaring sosial besutan Mark Zuckerberg tersebut memiliki jumlah pengguna aktif terbanyak dibandingkan media sosial lainnya, yaitu sebanyak 2,9 miliar pengguna. Menyusul Facebook, Youtube berada di urutan kedua dengan pengguna aktif sebanyak 2,56 miliar, diikuti Whatsapp dengan 2 miliar pengguna aktif, Instagram dengan 1,48 miliar pengguna aktif, dan Weixin/Wechat dengan 1,26 miliar pengguna aktif.

Kemudian Indonesia 119,9 juta, ada Brasil dengan 112,45 juta pengguna Facebook, diikuti Meksiko 91,65 juta pengguna, Filipina 90,8 juta pengguna, Vietnam 76,9 juta



pengguna, Bangladesh 53 juta pengguna, Thailand 52 juta pengguna, dan Mesir 47,35 juta pengguna. Berdasarkan gendernya, proporsi pengguna Facebook global yang berusia 18 tahun ke atas didominasi oleh laki-laki sebesar 56,6%, sedangkan perempuan 43,4%.

Selain Facebook sebagai platform dengan pengguna terbanyak di Indonesia, keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh Facebook Ads yang akan memberikan keuntungan bagi bisnis UMKM. Berikut keunggulan-keunggulannya:

1. Branding

Dengan banyaknya pengguna jejaring sosial facebook, maka setiap informasi yang di posting potensinya akan tersebar ke semua pengguna Facebook dari seluruh dunia. Prinsipnya siapapun yang menjadi penghuni suatu platform jejaring sosial akan dapat terhubung satu dengan lainnya. Hal ini tentunya, menjadi tempat yang optimal untuk branding sebuah produk, baik *brand awareness* maupun *brand image*.

2. Targeting

Melalui fitur yang disediakan oleh Facebook ads terdapat pilihan penyesuaian target sesuai yang diinginkan pengiklan. Seperti; hobi, usia, jenis kelamin, lokasi dan lain sebagainya. Hal ini bertujuan agar pengiklan mendapatkan target pasar yang lebih terukur dan disesuaikan dengan siapa pelanggan potensial yang akan disasar sesuai dengan karakteristik produk yang dijual.

3. Budgeting

Pada era marketing 1.0 s/d 3.0 budgeting akan menjadi penentu keberhasilan dari branding produk. Hal ini dikarenakan pada masa itu tidak ada saluran pemasaran yang dapat menyebarkan promosi produk dengan biaya yang murah. Dengan menggunakan Facebook Ads Perusahaan besar maupun kecil dapat menjangkau luas pemirsa dengan biaya per klik dan ini dapat diatur sesuai dengan budget pengiklan mulai dari rp. 30.000 per-hari. Sehingga UMKM pun saat ini telah mulai banyak menggunakan fitur Facebook Ads ini.

4. Konten

Kelebihan lainnya dari pengiklanan melalui Facebook Ads ini UMKM dapat menggunakan berbagai macam cara kreatif, unik dan atraktif dalam memikat pemirsa di Facebook melalui konten-konten yang berbentuk video, gambar, teks maupun perpaduannya. Umumnya pengguna lebih tertarik dengan video yang memiliki jalan cerita atau dikenal dengan *story telling*. Facebook Ads sendiri akan merekomendasikan



kepada pengiklan apakah video tersebut punya potensi untuk mendapatkan pemirsa yang banyak dilihat dari resolusi video yang diunggah oleh pengiklan.

Dari Situasi di atas, maka sudah seharusnya UMKM Kabupaten Bandung menggunakan Facebook Ads dalam Upaya pemasaran digital pada era digital Dimana pelanggannya saat ini adalah juga pelanggan digital. berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan UMKM Restoran di Kabupaten Bandung mayoritas pelakunya adalah generasi X berusia 41 s/d 51 tahun.

Pelaku UMKM di Kabupaten Bandung yang mayoritas generasi X, beranggapan bahwa menggunakan Facebook untuk pemasaran produk merupakan sama halnya dengan membuat katalog produk dan sebatas hanya untuk memberikan informasi kepada konsumen di media sosial. Pelaku belum memahami tentang bagaimana menjangkau pemirsa seluas-luasnya melalui Facebook dengan cara yang mudah dan murah serta berkesinambungan. Pelaku UMKM Kabupaten Bandung juga belum bahwa pentingnya produk untuk disebarluaskan untuk meningkatkan brand awareness dan brand image produk melalui target audiens yang lebih terukur. Kegiatan ini juga sejalan dengan Pelatihan Digital Marketing menggunakan Facebook Ads dan Marketplace Shopee sebagai strategi peningkatan Penjualan Pada UMKM (Alam Jusia et al., 2023). Penelitian lain yang sejalan mengenai pemanfaatan Facebook Ads bagi pelaku UMKM (Suryadi et al., 2022)

Selanjutnya untuk mengatasi situasi di atas, maka diperlukan pelatihan cara beriklan di Facebook menggunakan Facebook Ads, melalui suatu Upaya pelatihan dan penyuluhan kepada UMKM “SAUNG INJUK RESTO” yang berada di Desa Gandasari, Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung.

Metode Pelaksanaan

Pada artikel ini menggunakan metode deskriptif guna mendeskripsikan bagaimana cara memanfaatkan digitalisasi pemasaran untuk meningkatkan jangkauan pemasaran suatu UMKM. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan cara observasi dan wawancara kepada beberapa pelaku UMKM di Desa Mertasari, Kecamatan Purwanegara, Kabupaten Banjarnegara. Teknik purposive sampling digunakan untuk penentuan sampel, dimana sampel ditetapkan dengan menggunakan kriteria atau pertimbangan tertentu, yaitu: (1) merupakan pemilik UMKM, (2) Bersedia menjadi peserta (3) pelaku UMKM bersedia untuk mendigitalisasi produknya. total sampel dalam penelitian ini sebanyak 13 sampel dengan



adanya satu sampel pembanding. Artikel ini dirancang sebagai bahan pembelajaran serta sebagai informasi mengenai perkembangan digitalisasi untuk pemasaran, dimana dengan digitalisasi UMKM bisa memperluas jangkauan pemasaran dengan harapan bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Desa Mertasari.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Sasaran kegiatan ini adalah pengelola {MOLOS FASHION” yang beralamat di Jl. Gandasari, Gg. Molen AA, Warung Lobak, Kecamatan Katapang, Kabupaten Bandung. Kegiatan ini dilakukan pada hari Senin, 01 Januari 2024. Jadwal kegiatan dimulai dengan persiapan proposal, persetujuan pelaksanaan, persiapan pelaksanaan yang meliputi persiapan materi penyuluhan, Adapun materi yang diberikan mengenai Sekilas mengenai Tiktok Ads, Target segmen, pengoperasian Tiktok Ads. Alat yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini yaitu laptop, leaflet, kamera, alat dan bahan untuk terkoneksi ke internet. Dalam kegiatan ini selain pemberian materi, juga dilakukan penyuluhan dan pelatihan menggunakan Tiktok Ads. Pada akhir acara dilakukan evaluasi terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan mengadakan sesi tanya jawab terkait materi yang diberikan dan pemberian doorprize yang dapat menjawab pertanyaan dengan tepat.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat (PKM) dengan tema Pemasaran Digital Umkm Menggunakan Facebook Ads di Kabupaten Bandung pada UMKM “SAUNG INJUK RESTO” dilaksanakan pada hari Senin, tanggal 20 November 2023 pada pukul 09.30 sampai dengan 12.00. Pengabdian dilaksanakan di UMKM “SAUNG INJUK RESTO” yang berlokasi di Jl. Gandasari, Gg. Saung Injuk, Desa Gandasari, Kecamatan Katapang, Kab. Bandung.

Penyuluhan dan pelatihan mengenai penggunaan Facebook Ads UMKM “SAUNG INJUK RESTO” dilaksanakan dalam suasana santai melalui tanya jawab dengan pengelola UKM. Pengelola UMKM adalah Asep Mamar yang merupakan manajer yang mengelola UMKM. Produk yang dihasilkan UMKM “SAUNG INJUK RESTO” adalah makanan dan minuman.

Konsep pemasaran dari UMKM “SAUNG INJUK RESTO”, Awalnya menggunakan media sosial, yakni Facebook seperti halnya pelaku UMKM sebelumnya yang belum memahami dan merasakan manfaat dari penggunaan Facebook Ads. Dengan cara tersebut



pendapatan restoran dari tahun ke tahun mengalami kondisi yang stabil, Diharapkan setelah menggunakan Facebook Ads ini peningkatan restoran dapat meningkat signifikan dari tahun sebelumnya.

Melalui pelatihan dan penyuluhan ini, brand Saung Injuk Resto dapat dikenal secara luas dan menjadi salah satu brand yang terkenal. Harapan ini tentunya didasarkan pada iklan yang dilakukan secara berkesinambungan pada Facebook Ads, sehingga semakin hari semakin. Adapun kegiatan pelatihan dan penyuluhan ini sebagai berikut:

1. *Manfaat beriklan di Facebook Ads*

Berikut ini adalah manfaat beriklan di Facebook Ads yang disampaikan pada saat penyuluhan sebagai berikut;

a) Jumlah Pengguna yang Besar

Indonesia merupakan negara pengguna Facebook terbanyak ketiga di dunia. Bahkan, menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna Facebook di Indonesia mencapai 119 juta di bulan Juli 2023 lalu. Masih menurut laporan tersebut rata-rata orang menghabiskan waktunya selama 2,5 jam di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa calon pelanggan bisa jadi menggunakan Facebook sehari-hari. Itu sebabnya, beriklan di Facebook Ads memberikan keuntungan karena berpotensi mendatangkan pelanggan baru dalam jumlah yang besar. Beberapa tahun lalu Facebook melalui grup meta mengakuisisi platform Instagram beberapa tahun lalu. Sedangkan, Instagram sendiri menjadi salah satu media sosial yang memiliki segmen tersendiri. Setelah mengakuisisi Instagram, Facebook menggabungkan kedua platform ini dalam untuk menjalankan iklan berbayar. Pada saat membuat iklan Facebook Ads akan menanyakan apakah iklan tersebut akan dijalankan di Facebook saja atau di Instagram juga. Ini tentunya memberikan keuntungan tersendiri bagi pengiklan karena promosi di 2 platform berbeda secara bersamaan.

b) *Microtargeting*

Menentukan target promosi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk memastikan bahwa pemirsa yang melihat iklan merupakan mereka adalah yang memiliki kesesuaian dengan produk. Sehingga ini sama halnya dengan mempromosikan menu restoran dengan pemirsa yang gemar makan di restoran. Di Facebook Ads, melakukan microtargeting atau menyasar audiens secara spesifik tidaklah sulit, dikarenakan Facebook telah menyediakan pilihan bagi pengiklan

preferensi pelanggan yang ingin disasar. Facebook merupakan platform media sosial yang kaya akan data. Facebook bisa memberikan kemudahan untuk menyortir pengguna yang sesuai untuk menerima iklan.

Memulai kampanye iklan di Facebook, telah disediakan target audiens berdasarkan gender, usia, lokasi, bahasa, perilaku, hingga minatnya. Selain itu, pengiklan dapat menargetkan pengikut kompetitor dari pesaing. Semua kriteria tersebut disediakan sebagai kombinasi untuk mendapatkan audiens yang sesuai dengan target pasar. Hal ini menunjukkan bahwa upaya Facebook untuk tidak mengecewakan perusahaan maupun merek yang memasang iklan pada platform tersebut.

c) Biaya Iklan Murah

Keuntungan lain beriklan di Facebook Ads adalah harganya murah mulai dari rp. 10.000, ini menjadi lebih murah bila dibandingkan beriklan menggunakan brosur. Hal ini memungkinkan banyaknya kalangan UMKM kecilpun menggunakan iklan di Facebook Ads dikarenakan harga yang terjangkau sedangkan hasilnya maksimal. Selain budget, biaya beriklan di Facebook Ads juga bisa ditentukan dari faktor lainnya. Misalnya saja, format iklan yang digunakan, industri, serta tujuan dan target iklan.

d) Variasi Format Iklan

Konten iklan pada Facebook Ads sangat beragam, mulai dari materi video berdurasi, gambar, teks maupun perpaduan di antaranya. Adapun beberapa fitur iklan yang disediakan oleh Facebook Ads, antara lain;

- *Video*. Durasi / lama waktu pemutaran video di Facebook tersedia dalam durasi maksimal 1 menit. Pengaturan durasi ini bertujuan agar penonton tidak melewatkan tayangan dari awal sampai dengan akhir
- *Story*. Iklan ini muncul pada story Facebook, yakni ketika pengguna melihat story pengguna lain maka disinilah video/gambar iklan dari pengiklan akan disisipkan, ketika iklan tersebut di klik maka pengguna yang melihat iklan akan diarahkan ke halaman situs/akun media sosial pengiklan.
- *Messenger*. Pada fitur ini akan muncul di tengah-tengah percakapan antar pengguna pada saat mereka menggunakan Facebook Messenger.
- *Carousel*. Fitur ini akan menampilkan maksimal 10 gambar statis.
- *Slideshow*. Tampilan fitur ini menyerupai klip video atau tayangan gambar

bergerak, disertai dengan suara dan teks.

- *Collection*. Fitur yang satu ini menampilkan berbagai produk yang kamu jual dalam satu iklan.

e) Menyediakan Fitur Tujuan Iklan

Mereka yang beriklan di Facebook tentunya memiliki tujuan tersendiri sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Untuk ini Facebook seolah sangat mengerti betul, sehingga Facebook menyediakan pilihan kepada pengiklan, diantaranya;

- Halaman promosi, fitur ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah like dan engagement.
- Melihat Promosi, fitur ini bertujuan untuk menyebarluaskan konten promosi ke sebanyak-banyaknya pemirsa.
- Menambah pengikut. Fitur ini bertujuan untuk menambahkan jumlah pengikut dari akun pengiklan.

2. Cara Menggunakan Facebook Ads

Petunjuk pengeoperasian Facebook di olah dari laman portal (Cara Membuat Iklan Dari Halaman Facebook Anda | Meta for Business, n.d.). Sebagai berikut.

a) Membuat Halaman Facebook

Siapkan nama untuk membuat halaman Facebook, idealnya diberi nama sesuai merek, dalam hal ini; www.facebook.com/saunginjukresto. hal ini akan memudahkan Perusahaan untuk memberi tahu orang lain cara menemukan Halaman Facebook. Pikirkan baik-baik, karena nama halaman hanya dapat diubah satu kali. Jika ingin mengganti nama, maka harus menghapus halaman dan memulai kembali dari awal. Untuk mencapai ambang batas 25 penggemar dengan cepat, undang kontak email dan teman Facebook atau undang melalui komunitas/grup yang ada di facebook untuk mengunjungi Halaman Perusahaan dan memberikan tanda suka pada halaman tersebut.

b) Isi info bisnis secara akurat dan detail

Isilah sebanyak mungkin mengenai detail bisnis Perusahaan sesuai form yang telah disediakan. Seperti; alamat, detail kontak, informasi produk, situs web, nomor whatsapp dan tautan ke media sosial lainnya. Mengisi bagian ini akan membuat halaman Facebook bermanfaat bagi pelanggan agar dapat melihat semua informasi penting terkait bisnis. Berikan uraian singkat pada biografi profil dengan kata kunci

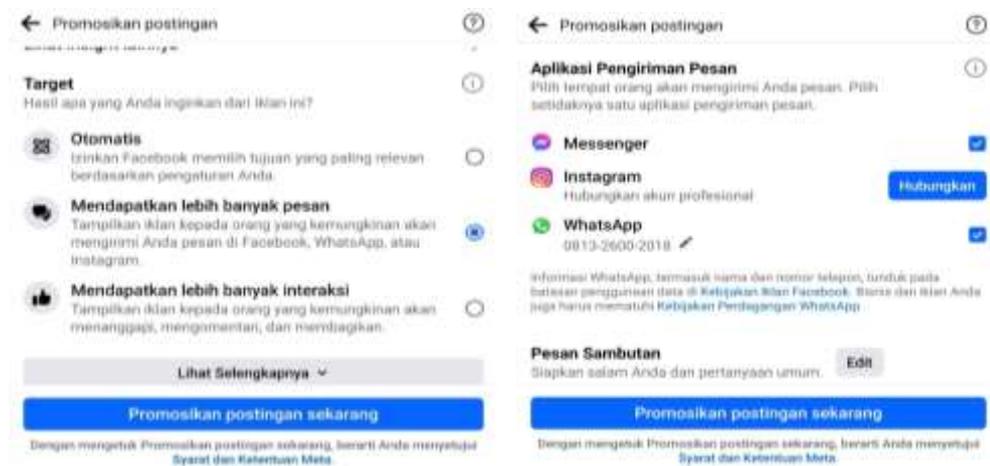
yang sesuai bisnis. Hal ini bertujuan untuk mengoptimasi mesin pencari (SEO), karena teks di bagian latar belakang profil akan diindeks oleh Google. Isi kategori bisnis, misalnya Restoran/Kafe dan pastikan untuk menyertakan semua jenis makanan yang disajikan, unggah pula daftar menu dalam bentuk PDF agar pelanggan dapat menelusurinya. Lengkapi foto profil yang bisnis pilihlah gambar yang memiliki daya tarik paling besar, ukuran unggahan yang disarankan untuk foto profil adalah 180 x 180 piksel, namun akan ditampilkan pada ukuran 160 x 160 di profil utama, dan ukuran 43 x 43 piksel di samping komentar.

c) Membuat Iklan Facebook Ads

Buka halaman Facebook dan pilih menu iklan, seperti gambar dibawah ini



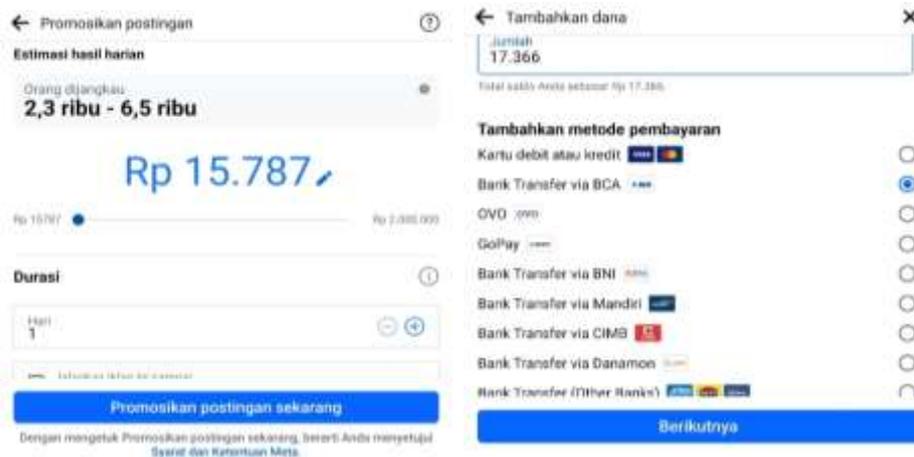
Menentukan target iklan, ketika ingin mendapatkan lebih banyak pesan, maka selanjutnya akan muncul aplikasi pengiriman pesan dan aplikasi pesan



Menentukan orang yang akan di target, usia, jenis kelamin, lokasi minat. dll, selanjutnya muncul pilihan penempatan postingan, seperti gambar di bawah ini:



Menentukan budget iklan dan selanjutnya memilih metode pembayaran



Setelan saldo melakukan pembayaran, maka saldo akan terisi, selanjutnya klik promosikan postingan





Hambatan dan Tantangan

Hambatan pada program PKM ini, antara lain;

1. Pada saat penyuluhan banyak sekali pertanyaan-pertanyaan yang meragukan dampak dari beriklan di Facebook Ads. Alasan utama dari keraguan dikarenakan iklan di Facebook berbayar.
2. Pada saat pengoperasian peserta seringkali lupa dalam tahapan targeting untuk menentukan lokasi target audiens, minat audiens dan usia audiens yang ingin dijangkau

Sedangkan tantangan dari kegiatan PKM ini adalah;

1. Memberikan kesadaran kepada pemilik dan pengelola benar-benar menerapkan Facebook Ads ini secara terus- menerus dan berkelanjutan
2. Memberikan kesadaran kepada pemilik dan pengelola terhadap pentingnya targeting agar promosi tepat sasaran.

Kesimpulan

Kesimpulan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat pada UMKM “SAUNG INJUK RESTO” adalah sebagai berikut:

- a) Tidak adanya kesadaran manfaat promosi dengan cara menjangkau pemirsa sebanyak-banyaknya dengan terukur melalui target segmen dikarenakan keterbatasan informasi yang diterima pengelola terkait Facebook Ads..
- b) Upaya pemasaran digital yang tidak maksimal, dikarenakan pengelola tidak mengetahui bagaimana menggunakan Facebook Ads.
- c) Promosi selama ini di Facebook hanya sebatas informasi profil UMKM, tidak ada upaya promosi secara berkala untuk meningkatkan brand awareness maupun brand image, dikarenakan tidak mengetahui fitur-fitur yang ada di Facebook Ads. Setelah pelatihan, pelaku UMKM lebih mengetahui dan mengenal fitur pada Facebook Ads.

Saran

Saran yang diberikan berkaitan dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat di UMKM “SAUNG INJUK RESTO” adalah perlu adanya pengabdian berkelanjutan mengenai bagaimana cara promosi menggunakan media-media digital lainnya secara berkelanjutan untuk kemajuan UMKM.



Ucapan Terima Kasih

Ucapan tulus kami haturkan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah bahu membahu menyukseskan kegiatan PKM Universitas Sahid Jakarta di Desa Gandasari, Kecamatan Katapang. Ucapan terima kasih terdalam kami sampaikan kepada seluruh pengelola dan karyawan Saung Injuk Resto, dan partisipasi aktifnya dalam berbagai program dan kegiatan PKM. Dukungan penuh dan LPPM Universitas Sahid Jakarta. Semoga sinergi dan kolaborasi yang terjalin selama PKM dapat terus berlanjut dan membawa manfaat yang berkelanjutan bagi Saung Injuk Resto dan Universitas Sahid Jakarta.

Daftar Pustaka

- Alam Jusia, P., Naibaho, R., Arip Winanto, E., Sandra, D., Irawan, B., Dinamika Bangsa Jambi Jl Kol Kukuh, U. M., Lima, P., Kota Baru, K., & Jambi, K. (2023). Pelatihan Digital Marketing menggunakan Facebook Ads dan Marketplace Shopee sebagai strategi peningkatan Penjualan Pada UMKM Madu Mayeesha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA*, 2(1), 67–72. <https://doi.org/10.33998/JPMU.2023.2.1.745>
- Cara membuat iklan dari Halaman Facebook Anda | Meta for Business. (n.d.). Retrieved February 28, 2024, from <https://id-id.facebook.com/business/learn/lessons/create-facebook-ads-from-facebook-page>
- Suryadi, S., Siagian, T. N., Bobbi, M., & Nst, K. (2022). Pemanfaatan Facebook Ads Bagi Pelaku UMKM dalam Pemasaran Produk. *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, 1(3), 101–104. <https://ejurnal.akfar-mandiri.ac.id/index.php/abdimas/article/view/27>
- The Changing World of Digital In 2023 - We Are Social Indonesia*. (n.d.). Retrieved February 28, 2024, from <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>