



Original article

Optimalisasi *Digital Marketing* dan Peningkatan Visibilitas KWT Melati Desa Karangpucung melalui Pelatihan Google Sites

Anindya Putri Yoania^a, Elsa Puspasari^{b*}, Febyana Putri Komalasari^c, Dimas Prasetio^d, Andika Setiawan^e

^{a,b,c,d,e} Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia

INFO ARTIKEL

Article history:

Received November 4, 2025

Received in revised form Januari 8, 2026

Accepted February 6, 2026

Published online February 11, 2026

Kata kunci:

Google Sites

Pemasaran Digital

Visibilitas

KWT Melati

Pengabdian Masyarakat

Keyword:

Google Sites

Digital Marketing

Visibility

KWT Melati

Community Service

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi pelaku usaha dan kelompok masyarakat untuk memperluas jangkauan pemasaran. Namun, sebagian kelompok masyarakat pedesaan, seperti Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati di Desa Karangpucung, Kabupaten Purbalingga, masih mengalami keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, baik karena kurangnya literasi maupun infrastruktur. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital KWT Melati melalui penerapan Google Sites sebagai media promosi daring. Metode pelaksanaan mencakup observasi dan wawancara kebutuhan mitra, perancangan situs web, pelatihan teknis pembuatan Google Sites. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Agustus 2025 dengan melibatkan anggota KWT Melati dan petani Agroeduwisata Chandra Kahuripan sejumlah 10 peserta. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap pentingnya pemasaran digital 70% dan pembuatan google site sebesar 80%. Penjualan secara online dan Visibilitas pengunjung meningkat sebesar 40%. Situs Google Sites yang dihasilkan telah memuat profil kelompok, produk, lokasi, serta tautan ke media sosial untuk memperluas jangkauan promosi. Kesimpulannya, penerapan Google Sites efektif digunakan sebagai sarana promosi digital yang sederhana, murah, dan mampu meningkatkan visibilitas KWT Melati di ranah digital.

ABSTRACT

The advancement of digital technology provides great opportunities for communities and small enterprises to expand their marketing reach. However, rural community groups such as the Women Farmers Group (KWT) Melati in Karangpucung Village, Purbalingga Regency, still face limitations in utilizing digital platforms due to low digital literacy and limited infrastructure. This community service program aims to enhance the visibility and Digital Marketing capabilities of KWT Melati through the implementation of Google Sites as an online promotion medium. The method involved need analysis through observation and interviews, website design, Google Sites technical training, and evaluation of the program outcomes. The activity was carried out in August 2025, involving 10 members of KWT Melati and farmers from Chandra Kahuripan Agroeduwisata. The results show that the training successfully improved participants' understanding of Digital Marketing and their basic skills in website creation. The developed Google Sites includes group profiles, products, location, and links to social media for broader promotional outreach. In conclusion, the use of Google Sites proved to be an effective, low-cost, and user-friendly Digital Marketing tool that enhances the online visibility of KWT Melati.

Publisher's note:

Penerbit tetap netral mengenai klaim yurisdiksi dalam peta yang diterbitkan dan afiliasi institusional, sementara penulis bertanggung jawab penuh atas keakuratan konten dan implikasi hukum apa pun.

Copyright@author

*Corresponding author
Email: elsa.puspasari@unsoed.ac.id

<https://doi.org/10.20895/ijcosin.10085>



1. PENDAHULUAN

Bidang pertanian berperan penting dalam perekonomian Indonesia dan berkontribusi besar terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Selain menjadi sumber mata pencaharian bagi banyak penduduk, khususnya di daerah pedesaan, sektor ini juga berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Dalam upaya memperkuat sektor pertanian, peran perempuan Indonesia sangat berarti melalui keberadaan Kelompok Wanita Tani (KWT) (Rahman et al., 2022).

Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan organisasi yang beranggotakan para perempuan petani maupun ibu rumah tangga yang berasal dari wilayah pedesaan. Pembentukan organisasi ini bertujuan untuk memberdayakan perempuan melalui berbagai kegiatan di bidang pertanian dan kewirausahaan, guna meningkatkan kesejahteraan hidup serta ekonomi keluarga. KWT memiliki kontribusi besar dalam mewujudkan pertanian berkelanjutan dan mengurangi tingkat kemiskinan di pedesaan, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Melalui strategi pemasaran yang efektif, KWT dapat membantu meningkatkan pendapatan anggota (Pramita et al., 2023).

Di Desa Karangpucung, Kabupaten Purbalingga terdapat sekelompok wanita tani bernama KWT Melati yang berada di bawah naungan Agroeduwisata Artansi Chandra Kahuripan. KWT Melati merupakan kumpulan petani perempuan yang membudidayakan berbagai jenis sayur dan buah secara organik, serta mengolahnya menjadi produk dengan nilai jual. Berdasarkan observasi awal, tim menemukan bahwa jangkauan pasar KWT Melati masih terbatas pada lingkungan sekitar dan sebagian didistribusikan ke pasar tradisional. Kondisi ini menyebabkan hasil penjualan belum maksimal karena rendahnya eksposur produk di ranah digital. Selain itu, sebagian besar anggota KWT Melati belum familiar dengan teknologi digital, termasuk media sosial dan website sebagai sarana promosi. Kendala tersebut kemudian menjadi dasar dilaksanakannya pelatihan pembuatan website promosi menggunakan Google Sites.

Transformasi teknologi di zaman yang semakin maju seperti sekarang menjadikan pemasaran digital sebagai media yang diminati dalam memasarkan produk. Melalui pemasaran digital transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan diberbagai tempat (Sugiarto et al., 2024). Selain itu, pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Firsyawardana et al., 2025). Oleh karena itu optimalisasi pemasaran produk melalui *digital marketing* pada KWT Melati menjadi penting, mengingat metode pemasaran yang dilakukan sebelumnya masih mengandalkan penjualan secara langsung dan informasi yang terbatas. Solecha et al., (2024) menyebutkan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk pada KWT Pancasona menggunakan pembuatan konten digital untuk media sosial. Namun, permasalahan timbul dalam menggunakan media sosial dari para pelaku usaha yakni kurang konsisten dalam mengunggah konten digital dan pengembangan website. Untuk itu, Pembuatan website diperlukan sebagai media untuk memperluas informasi produk dan menumbuhkan kepercayaan konsumen. Dengan demikian pemanfaatan website sebagai media pemasaran digital penting untuk meningkatkan penjualan produk dan memperluas jangkauan pasar di KWT Melati.

Salah satu platform website yang dapat menjadi alternatif membantu mengatasi permasalahan KWT Melati yakni Google Sites, khususnya dalam hal pemasaran produk secara digital melalui pengembangan website. Google Sites merupakan salah satu platform yang memberikan kemudahan bagi UMKM dalam membuat situs web tanpa harus memiliki kemampuan teknis di bidang pemrograman dan tanpa biaya. Melalui Google Sites, pengguna dapat merancang, mengelola, dan memperbarui tampilan website dengan cara yang sederhana sehingga sangat membantu UMKM yang ingin memanfaatkan teknologi digital untuk

mengembangkan usahanya (Usman et al., 2025). Sejalan dengan beberapa pengabdian yang telah dilakukan sebelumnya. Pengabdian oleh (Sugiarto et al., 2024) menunjukkan bahwa pelatihan *Digital Marketing* berbasis Google Sites mampu meningkatkan keterampilan promosi online bagi pelaku UMKM di Salatiga, karena platform tersebut mudah digunakan dan tidak memerlukan biaya besar untuk mengelola website. Selanjutnya, kegiatan pengabdian oleh (Mirantika et al., 2024) di Cirebon menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sri Madu berhasil memperluas jangkauan promosi produk hasil olahan pertanian. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pelatihan penggunaan *Google Sites* diberikan kepada pelaku UMKM dan kelompok masyarakat, termasuk KWT Melati, dengan tujuan agar mereka mampu meningkatkan visibilitas, daya saing, serta jangkauan pemasaran produk di dunia digital. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan KWT Melati dapat memanfaatkan *Google Sites* sebagai sarana efektif untuk memperluas pasar dan memperkenalkan produk lokal kepada masyarakat yang lebih luas.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan Agustus tahun 2025 dengan mitra Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati yang berada di bawah naungan Agroeduwisata Chandra Kahuripan di Desa Karangpucung, Kecamatan Kertanegara, Kabupaten Purbalingga. Kegiatan pengabdian diikuti 10 anggota KWT Melati yang mengelola berbagai produk hasil pertanian dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui pemasaran digital. Tujuan kegiatan ini adalah menyediakan dan melatih anggota KWT Melati dalam penggunaan Google Sites sebagai media pemasaran digital serta sarana untuk memperkenalkan KWT Melati kepada masyarakat luas. Peralatan yang digunakan selama kegiatan pengabdian meliputi laptop, jaringan internet, dan materi pelatihan yang disusun dalam bentuk presentasi..

Metode Kegiatan

Untuk pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan menggunakan empat metode yaitu:

a. Observasi dan Analisis Kebutuhan

Tahapan kegiatan diawali dengan proses observasi dan wawancara bersama pengurus KWT Melati untuk menganalisis permasalahan utama yang dihadapi dalam promosi produk. Observasi dilakukan guna memperoleh gambaran langsung mengenai kondisi, sarana, serta infrastruktur digital yang tersedia di lokasi pengabdian (Pujiyanto, 2021). Selain itu, dilakukan diskusi untuk menganalisis kebutuhan mitra. Tim menemukan bahwa keterbatasan literasi digital dan belum tersedianya media promosi berbasis web menjadi kendala dalam memperluas jangkauan pemasaran produk KWT Melati.

b. Perencanaan Kegiatan

Proses ini mencakup:

1. Menetapkan tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan kemampuan *Digital Marketing* dan visibilitas KWT Melati melalui pelatihan *Google Sites*
2. Menganalisis situasi dan kesiapan mitra terutama ketersediaan jaringan internet
3. Menyiapkan konten digital berupa foto produk dan informasi yang akan diunggah pada *Google Sites*
4. Melakukan koordinasi dengan pihak mitra untuk menentukan waktu pelaksanaan dan target *audiens*.

c. Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan pengabdian terdiri dari sosialisasi dan pelatihan penggunaan Google Sites yang berlangsung selama satu hari, Pelaksanaan meliputi beberapa metode sebagai berikut:

1. Sosialisasi: Tim pengabdian memberikan penjelasan mengenai pentingnya *Digital Marketing*, pentingnya keberadaan website, dan pengenalan fitur-fitur Google Sites.
2. Diskusi: Peserta pelatihan diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi mengenai permasalahan yang mereka hadapi dalam promosi produk.
3. Praktik langsung: Peserta mempraktikkan langkah-langkah pembuatan website menggunakan Google Sites, mulai dari pembuatan akun, pengelolaan laman website, unggah foto produk, hingga publikasi website. Tim pengabdian membantu peserta menyusun profil KWT di situs dan menghubungkan website dengan media sosial KWT Melati.
4. Pendampingan teknis: Tim pengabdian membantu peserta untuk memastikan setiap anggota mampu mengoperasikan Google Sites secara mandiri.

d. Evaluasi Pelaksanaan Program Pengabdian

Ketercapaian program pengabdian masyarakat terlihat dari hasil evaluasi selama kegiatan pengabdian berlangsung. Evaluasi dilakukan kepada peserta pelatihan menggunakan tes tertulis yang berisi beberapa pertanyaan setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan. Pertanyaan yang diberikan berkaitan pemahaman peserta mengenai pemasaran digital, pembuatan google site dan visibilitas konsumen yang berdampak pada peningkatan penjualan produk baik online maupun offline. Sedangkan Keberhasilan situs sites dalam mengoptimalkan pemasaran digital produk dan visibilitas pengunjung diukur melalui rekap jumlah pengunjung dari informasi sites dan penjualan produk.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Google sites sebagai Media Digital Marketing

Google Sites merupakan salah satu layanan yang disediakan oleh Google untuk mempermudah pengguna dalam membuat situs web secara mandiri tanpa harus memahami bahasa pemrograman. Platform ini hadir sebagai pengganti *Google Page Creator* dan dikembangkan dengan sistem yang memungkinkan kerja sama dalam penyusunan dan pengeditan konten secara langsung. Dengan begitu, pembuatan situs dapat dilakukan secara lebih cepat dan efisien oleh beberapa orang sekaligus (Sinlae, 2023). Keunggulan utama dari *Google Sites* adalah platform ini memiliki tampilan website yang sederhana dan mudah dioperasikan. Pengguna cukup melakukan *drag-and-drop* untuk menata konten atau elemen situs, sehingga tidak memerlukan keterampilan teknis yang rumit. Fitur kolaborasi *real-time* juga menjadi nilai tambah, karena memungkinkan beberapa orang mengelola situs secara bersamaan (Maytanius et al., 2023).

Pemanfaatan *Google Sites* memberikan berbagai keuntungan yang dapat membantu KWT Melati dalam meningkatkan visibilitas produk hasil panen dan efektivitas strategi pemasaran digital. Melalui platform ini, KWT Melati dapat memperkenalkan hasil panen dan produk olahan serta kegiatan kelompoknya secara lebih luas kepada masyarakat, tanpa memerlukan biaya besar ataupun keahlian teknis yang rumit. Berikut beberapa manfaat utama yang dapat diperoleh dari penggunaan *Google Sites*:

1. Meningkatkan Visibilitas Digital

Kehadiran *Google Sites* membantu UMKM menjangkau calon pelanggan secara lebih luas, bahkan hingga ke pasar internasional. Situs web juga memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk

mengakses informasi produk atau melakukan pembelian kapan saja, karena dapat diakses selama 24 jam penuh (Andarwati et al., 2025).

2. Hemat Biaya

Google Sites ini dapat digunakan secara gratis, sehingga menjadi solusi ekonomis bagi UMKM yang ingin memperluas jangkauan bisnisnya di dunia digital tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi untuk pengembangan web profesional (Samosir & Wibowo, 2025).

3. Fleksibilitas dalam Desain dan Tampilan

Google Sites menyediakan berbagai template siap pakai yang mudah disesuaikan dengan kebutuhan bisnis. UMKM dapat menyesuaikan warna, tata letak, dan gaya visual agar selaras dengan identitas merek, sehingga menghasilkan tampilan situs yang menarik dan profesional (Arianto Pasaribu et al., 2023).

4. Mendukung Penguatan Citra dan Identitas Merek

Melalui *Google Sites*, pelaku usaha memiliki kebebasan dalam mengatur tampilan dan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Hal ini membantu membangun citra profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Al Azhar, 2022).

Dengan berbagai fitur dan kemudahan yang ditawarkan, *Google Sites* menjadi pilihan yang efektif dan efisien bagi individu, kelompok, maupun pelaku usaha kecil yang ingin memiliki situs web profesional tanpa proses pembuatan yang kompleks atau biaya besar (Prayogi et al., 2025). Menurut Shofiati et al., (2025), pemanfaatan *Google Sites* sebagai media *Digital Marketing* terbukti meningkatkan visibilitas usaha kecil karena tampilannya mudah diatur, tidak memerlukan biaya tambahan, serta dapat dioptimalkan melalui tautan media sosial. Penelitian serupa oleh Kusmiati et al. (2024) menunjukkan bahwa *Google Sites* berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar UMKM melalui promosi digital yang efisien dan terintegrasi.

b. Implementasi Google Sites pada KWT Melati

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di KWT Melati pada Agustus 2025. Sebelum kegiatan pelatihan dilakukan, tim pengabdian melakukan observasi dan analisis kebutuhan agar rancangan situs yang dibuat sesuai dengan karakteristik mitra. Tim juga menyiapkan konten, akun media sosial (Instagram dan WhatsApp), serta rancangan *Google Sites* yang telah diintegrasikan dengan tautan media sosial tersebut.

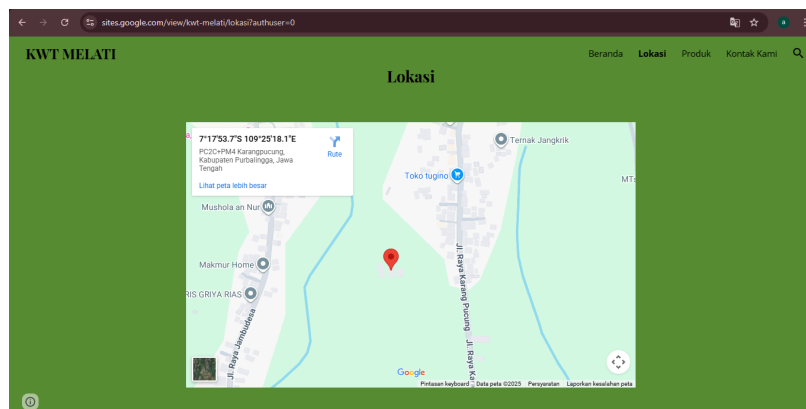
Pada hari pelaksanaan, kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya digitalisasi usaha di bidang pertanian, urgensi pemasaran digital, serta manfaat memiliki media promosi berbasis internet. Peserta terdiri dari anggota KWT Melati dan beberapa petani yang tergabung dalam Agroeduwisata Chandra Kahuripan. Setelah sesi materi, dilanjutkan dengan pelatihan teknis pembuatan situs, mulai dari pengaturan tampilan laman, penambahan konten produk, hingga publikasi situs yang telah terhubung dengan media sosial. Meskipun tim pengabdian telah menyediakan situs siap pakai, peserta tetap dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap pelatihan agar memahami proses pengelolaannya. Berdasarkan pengamatan, anggota KWT Melati menunjukkan antusiasme tinggi karena kegiatan ini merupakan pengalaman pertama mereka dalam pembuatan website promosi (*Google Sites*). Mereka berpartisipasi aktif, bertanya, dan mencoba langsung mengatur tampilan laman.

Situs yang dibuat oleh tim pengabdian menampilkan informasi mengenai profil KWT Melati, hasil panen, produk olahan, lokasi dan informasi layanan. Website tersebut juga telah diintegrasikan dengan akun media sosial untuk mempermudah komunikasi dan promosi secara berkelanjutan.



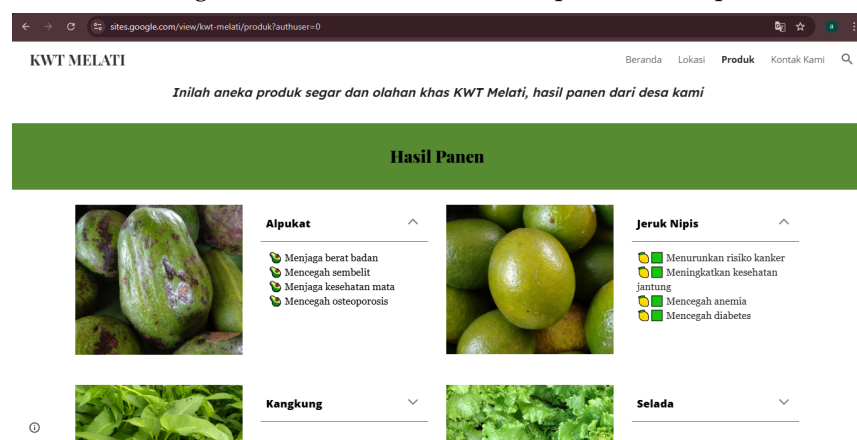
Gambar 1. Halaman Beranda Google Sites KWT Melati

Halaman beranda menampilkan profil singkat KWT Melati dan sambutan awal bagi pengunjung situs



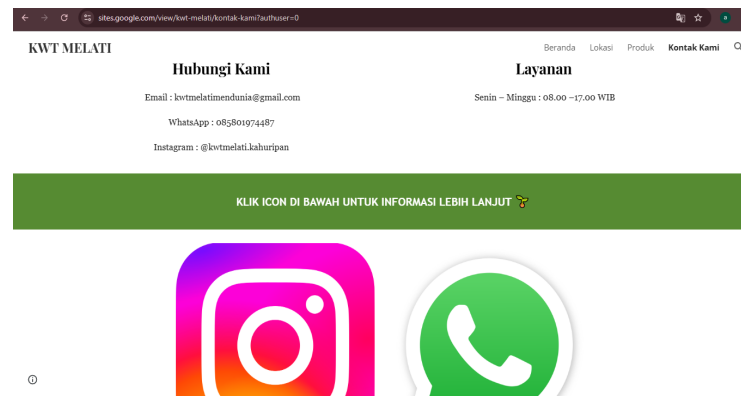
Gambar 2. Halaman Lokasi KWT Melati

Bagian ini berisi peta lokasi dan alamat lengkap yang terhubung dengan Google Maps untuk memudahkan pengunjung menemukan lokasi Agroeduwisata Chandra Kahuripan dan area pertanian KWT Melati.



Gambar 3. Halaman Produk

Menampilkan berbagai hasil panen dan produk olahan yang dipasarkan oleh KWT Melati. Setiap produk dilengkapi dengan deskripsi manfaat dari produk tersebut.



Gambar 4. Halaman Kontak dan Sosial Media

Halaman ini berisi informasi kontak dan jam layanan serta berisi tautan langsung ke akun Instagram dan WhatsApp KWT Melati yang berfungsi sebagai sarana komunikasi dan promosi interaktif dengan calon pelanggan. Tampilan keseluruhan situs menunjukkan bahwa Google Sites dapat menjadi sarana promosi yang efektif sekaligus memperkuat identitas digital KWT Melati.

Dokumentasi kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Karangpucung pada bulan Agustus 2025 ditunjukkan pada Gambar 5 dan 6. Kegiatan ini mencakup sesi sosialisasi, pelatihan pembuatan Google Sites, serta praktik langsung yang diikuti oleh anggota KWT Melati dan petani Agroeduwisata Chandra Kahuripan.



Gambar 5. Sesi Sosialisasi Pentingnya *Digital Marketing*



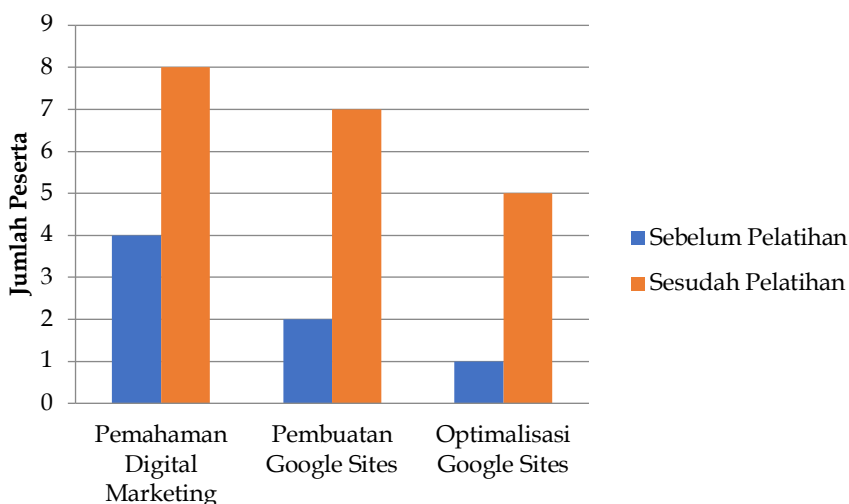
Gambar 6. Proses Pelatihan Teknis Pembuatan Situs Web Menggunakan Google Sites

Setelah kegiatan pelatihan pembuatan *Google Sites* dilaksanakan, selanjutnya peserta diberikan tes terkait pemahaman mengenai digital marketing, pembuatan dan penggunaan *Google Sites*. Dari jawaban peserta pelatihan yang berjumlah 10 peserta, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Indikator	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
Pemahaman Peserta terkait Digital Marketing	40%	80%
Kemampuan Peserta dalam Pembuatan Google Sites	20%	70%
Kemampuan Peserta dalam Mengoptimalisasikan Google Sites	10%	50%

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pemahaman peserta mengenai digital marketing meningkat sebesar 50% setelah mengikuti pelatihan. Kemampuan dalam pembuatan dan mengoptimalkan konten *Google Sites* juga mengalami peningkatan setelah mengikuti pelatihan sebesar 70% dan 50%. Nurdyansa et al., (2024) menyebutkan bahwa melalui pelatihan *Google Sites* peserta memiliki ketrampilan praktis untuk mengelola bisnis secara online melalui website.



Gambar 5. Diagram Ketercapaian Pelatihan Google Sites

Peningkatan kemampuan dari kegiatan pelatihan menunjukkan adanya transformasi pada KWT Melati baik dari ketrampilan peserta maupun dari media pemasaran produk. Setelah pelatihan *Google Sites* dilakukan, peserta pelatihan mulai beradaptasi dengan media pemasaran digital. Selain itu, promosi dan informasi produk dapat terdigitalisasi dan menjangkau masyarakat yang lebih luas dengan biaya yang lebih murah. Selain itu, transaksi penjualan secara online mengalami peningkatan. Berdasarkan data yang diperoleh dari KWT Melati, penjualan produk meningkat sebesar 40% dari konsumen yang memperoleh informasi melalui situs site dengan memesan produk secara online dari akun sosial media yang tercantum pada sites. Rekomendasi tindak lanjut dari kegiatan pengabdian masyarakat pada KWT Melati menekankan pada pentingnya menjaga keberlanjutan pemasaran digital dan konsistensi dalam mengelola konten pada *Google Sites*. Selain itu, diperlukan pelatihan lanjutan mengenai pembuatan konten digital untuk para anggota KWT agar lebih menarik minat masyarakat untuk membeli produk pertanian dair KWT Melati.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Karangpucung berhasil menjawab tujuan utama program, yaitu meningkatkan kemampuan *Digital Marketing* anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati melalui penerapan *Google Sites*. Pelatihan ini tidak hanya menghasilkan website fungsional yang terintegrasi dengan media sosial, tetapi juga menumbuhkan kesadaran dan pemahaman baru bagi anggota KWT tentang pentingnya adaptasi teknologi dalam pemasaran produk secara digital. Melalui situs *Google Sites*, KWT Melati kini memiliki identitas digital yang lebih kuat dan mampu menampilkan profil, konten produk, dan integrasi pemasaran digital. Aktifitas penjualan secara online juga mengalami peningkatan dari sosial media yang terintegrasi.

Saran

Untuk keberlanjutan hasil pengabdian, disarankan agar anggota KWT Melati secara rutin memperbarui konten situs *Google Sites* dengan informasi kegiatan dan produk terbaru. Selain itu, pelatihan lanjutan mengenai pengelolaan konten digital dan strategi promosi digital dapat dilakukan agar anggota KWT semakin mandiri dalam mengelola platform digital. Selanjutnya, kegiatan serupa dapat diperluas ke kelompok masyarakat lainnya di wilayah Purbalingga guna memperkuat ekosistem pemasaran digital berbasis komunitas, sekaligus mendukung pemberdayaan perempuan desa melalui inovasi teknologi yang berkelanjutan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terimakasih disampaikan kepada LPPM Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) yang telah memberikan dana hibah BLU kepada tim pengabdian dan KWT Melati yang telah berkenan menjadi mitra pengabdian.

7. REFERENSI

- Al Azhar, S. (2022). Pengembangan Website Berbasis Google Sites Dalam Mendukung Usaha Kelompok Peternak Nusantara. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(2), 149-153.
- Andarwati, T., Rachmatika, T. H., Aisyah, S., Rahmawati, S., Ainniyah, U. N., & Mahfudhotin, M. (2025). Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi dan Branding Produk Skincare. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 126-132. <https://doi.org/10.30762/welfare.v3i1.2173>
- Arianto Pasaribu, S., Nababan, J., Rozy, A., Tampubolon, E., & Faisal, E. (2023). Implementasi Website E-Commerce Menggunakan Google Sites Untuk Meningkatkan Penjualan Nelayan Desa Bagan Deli. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1551-1556. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12886>
- Firsyawardana, M. R., Kriskartika, S. A., Umayyah, S., Pratama, R. K., & Andreas, R. (2025). Optimalisasi Digital Marketing melalui Pelatihan Fotografi Produk dan Penggunaan E-Commerce di KWT Ceria Boyolali Optimizing. *Jurnal Pengabdian Dan Solidaritas Masyarakat (Harmoni Sosial)*, 2(4), 01-10.
- Kusmiati, E., Nurbudiwati, N., & Fakhrun Shiddieq, D. (2024). Pendampingan Product Branding melalui Pengembangan Website dan Instagram bagi Pengrajin Eceng Gondok di Kabupaten Garut. *Abdimas Galuh*, 6(2), 2023. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i2.15809>
- Maytanius, J., Leonardo, Wahyudi, H., Kelvin, Lim, R., & Sentoso, A. (2023). Analisis Digital Marketing UMKM Creativ. *Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(2), 1563-1567.
- Mirantika, N., Septiar Syamfithriani, T., & Amalia Asikin, N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sri Madu Desa Belawa Kabupaten Cirebon. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 642-648. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2211>
- Nurdyansa, Amri, N. F., Setiawan, L., Fatma, & Erniwati. (2024). Pelatihan Digital Marketing Untuk UMKM Di Kota Makassar Melalui Pemanfaatan E-Marketplace Dan E-Marketspace Menggunakan. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(3), 167-174.
- Prayogi, D., Huda, N., & Megawaty, M. (2025). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Perekonomian UMKM di Desa Banyu Urip. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(4), 1595-1599.
- Pujiyanto, H. (2021). Metode Observasi Lingkungan dalam Upaya Peningkatan Hasil Belajar Siswa MTs. *JIRA: Jurnal Inovasi Dan Riset Akademik*, 2(6), 749-754. <https://doi.org/10.47387/jira.v2i6.143>
- Rahman, Afrianto, R., Faturrahman, K., Izzati, A., & Wijaya, W. (2022). Peran Kelompok Wanita Tani Dalam Meningkatkan Pemasaran. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 137-148.
- Samosir, A., & Wibowo, A. (2025). Inovasi Google Sites Sebagai Media Pemasaran Pada Usaha Bouquet. *International Research on Big Data and Computer Technology*, 9(1), 1-6.
- Shofiati, R., Ariwibowo, A. B., Sari, S., Ningsih, Y., Salim, A., Giffari, R., & Zaki, A. (2025). JUARA : Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera PELATIHAN PEMANFAATAN GOOGLE SITE UNTUK PEMASARAN

- PRODUK UMKM Training on Using Google Site For Marketing SME Products Abstrak.* 6, 12–20.
- Sinlae, F. (2023). Implementasi Portal Warga Dengan Google Sites Pada RW. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4, Nomor ((3), 2521–2525.
- Solecha, K., Irnawati, O., Indriyani, F., Rachmi, H., Tanjung, H. P., & Hidayat, N. W. (2024). EFEKTIVITAS PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK KELOMPOK WANITA. *ABDIMAS NUSA MANDIRI*, 6(2), 69–75.
- Sugiarto, L. N., Wulandari, S. T., Utami, D. W., Esterlita, E. F., Valentino, M. L., Sakti, I. M., Kristen, U., Wacana, S., Sosial, M., & Sites, G. (2024). *PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL UMKM DZIKRO COKLAT KACANG SALATIGA : SOCIAL MEDIA MARKETING.* 4(2), 130–137.
- Usman, A., Lubis, Y. F. A., Lestari, Y. D., Budiman, A., Sarudin, S., Wulan, N., Handoko, D., Khair, U., & Suriati, S. (2025). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Google Site Sebagai Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM. *Prioritas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(01), 21–28. <https://doi.org/10.35447/prioritas.v7i01.1011>
- Pramita, Yeni, Sukesih, K., & Safitri, R. (2023). Model Strategi Adaptasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Melalui Digital Marketing Sebagai Penanggulangan Pandemi COVID-19. *Jurnal Penyuluhan*, 19(01), 141–158. <https://doi.org/10.25015/19202342709>