

Pelatihan Penggunaan Media Online dalam Penjualan Parang dan Pisau Pada Pengrajin Besi di Pulau Binongko

Samdin¹ Alida Palilati² Sudirman³ Laxmi⁴ Akifah⁵ Rizky Nur Amalia⁶ Wa Mirna⁷
Muh. Reynaldi Ismail⁸

Universitas Halu Oleo, Kota Kendari, Indonesia^{1,2,3,4,5,6,7,8}

Email Korespondensi: laxmi77antro@yahoo.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 21-11-2025

Disetujui 01-12-2025

Diterbitkan 03-12-2025

ABSTRACT

This community service program aims to enhance the digital marketing capabilities of blacksmith artisans in Binongko Island, a region known for its traditional craftsmanship of parang and knives. Limited market access and reliance on conventional sales methods have hindered the optimization of their economic potential. Through structured training, participants were introduced to various online media platforms, including Facebook, Instagram, and TikTok, to promote and sell their products more effectively. The training emphasized practical skills such as basic product photography, content creation, caption writing, audience engagement, and marketplace utilization. Hands-on sessions enabled artisans to upload product photos, create promotional videos, and interact with potential buyers. The results indicate a significant improvement in digital literacy, confidence, and motivation among participants to apply online marketing strategies. This program is expected to broaden market reach, increase product sales, and strengthen the cultural branding of Binongko's traditional blacksmithing through digital platforms.

Keyword: digital marketing; social media; online promotion

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Samdin, Alida Palilati, Sudirman, Laxmi, Akifah, Rizky Nur Amalia, Wa Mirna, & Muh. Reynaldi Ismail. (2025). Pelatihan Penggunaan Media Online dalam Penjualan Parang dan Pisau Pada Pengrajin Besi Di Pulau Binongko. Indonesia Berdampak: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2), 419-429. <https://doi.org/10.63822/nh1w1t15>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam aktivitas pemasaran di berbagai sektor, termasuk sektor kerajinan tradisional. Media online seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi perpesanan menawarkan peluang yang luas bagi pelaku usaha untuk mempromosikan dan menjual produk mereka tanpa batasan geografis. Namun, tidak semua pelaku usaha mampu memanfaatkan kemajuan ini secara optimal, terutama pengrajin tradisional yang masih mengandalkan pemasaran konvensional.

Peralihan media pemasaran dari konvensional kini menjadi serba digital menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi beberapa pebisnis. Digital marketing menjadi pilihan banyak pebisnis dalam memasarkan produk mereka. Digital marketing merupakan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya media sosial. Salah satu dampak perkembangan teknologi informasi salah satunya yaitu semakin merebaknya pengguna internet di Indonesia. Tingginya jumlah pengguna internet selaras dengan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, dikatakan bahwa pemasaran online menjadi semakin populer seiring dengan semakin populernya penggunaan internet (Nafsi & Kusuma, 2023).

Pemasaran digital dapat dilakukan dengan berbagai taktik dan alat yang tersedia untuk membantu bisnis dalam pasar online, yaitu: (a) Affiliate Marketing, ada nilai dari situs atau setiap individu yang memiliki kerja sama untuk mempromosikan bisnis tersebut, (b) Tampilan iklan, iklan online dalam berbagai format berupa banner, kalimat, gambar, dan video dalam website, (c) konten pemasaran, membuat dan membagikan konten yang bermanfaat dan relevan untuk mencapai target pemasaran (Khairunnisa, 2022).

Salah satu daerah yang memiliki potensi besar namun belum sepenuhnya terintegrasi dalam pemasaran digital adalah Pulau Binongko di Kepulauan Wakatobi, Sulawesi Tenggara, yang dikenal dengan julukan “Pulau Pandai Besi.” Masyarakat Binongko memiliki tradisi panjang dalam pembuatan parang dan pisau, sebuah keahlian turun-temurun yang telah menjadi identitas budaya sekaligus sumber penghidupan utama. Produk parang dan pisau dari Binongko memiliki kualitas tinggi serta reputasi yang dikenal hingga ke berbagai daerah di Indonesia. Selain kualitas, pembuatannya mempertahankan tenaga manusia atau menggunakan cara manual, sehingga kualitasnya tetap terjaga (Qonitat, 2020). Namun demikian, pemasaran produk tersebut masih banyak bergantung pada penjualan langsung dari mulut ke mulut, kunjungan wisatawan, atau pesanan dari jaringan lokal, sehingga potensi pasar yang lebih luas belum sepenuhnya tergarap. Banyak pengrajin yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif (Arjuna *et al.*, 2022). Hal ini juga sesuai dengan pengabdian Laxmi *et al* (2025) bahwa Melalui pendampingan berkelanjutan, diharapkan terbentuk jaringan kerja sama yang saling berbagi inovasi dan sumber daya, sehingga pengembangan kesenian daerah dapat berjalan secara lebih sistematis dan berkesinambungan. Dengan demikian, kegiatan ini bukan hanya berorientasi pada hasil jangka pendek berupa peningkatan produksi, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan ekosistem budaya yang resilien, adaptif, dan berdaya saing di era digital.

Dalam konteks inilah pelatihan penggunaan media online menjadi sangat relevan dan strategis. Melalui pelatihan ini, para pengrajin besi di Pulau Binongko dapat mempelajari cara memanfaatkan platform digital untuk membuat konten produk yang menarik, mengunggah foto dan deskripsi barang, menjalin komunikasi dengan calon pembeli, serta memanfaatkan marketplace untuk mengelola transaksi. Kemampuan ini tidak hanya membantu memperluas akses pasar, tetapi juga memperkuat posisi produk parang dan pisau Binongko sebagai kerajinan lokal yang kompetitif di era digital. Peluang pemasaran di era digital ini memerlukan keterampilan mitra atau pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi

digital atau internet dalam memasarkan produknya untuk merebut pasar (Sukmasetya et al., 2020).

Pemasaran media online dan marketplace adalah suatu platform digital yang menyediakan wadah dalam mengembangkan bisnis secara online dengan menggunakan akses chatting sebagai sarana komunikasi pemasaran dan didukung oleh koneksi internet sebagai sarana yang digunakan dalam memasarkan produk kepada konsumen. Media pemasaran media online dan marketplace merupakan contoh platform digital yang kini semakin perlahan mengubah cara pandang komunikasi bisnis dalam target pemasarannya (Ana. *et al.*, 2021).

Selain itu, peningkatan literasi digital melalui pelatihan ini juga diharapkan dapat memperkuat keberlanjutan usaha pengrajin besi di Pulau Pandai Besi. Dengan memadukan kearifan lokal dan teknologi modern, para pengrajin dapat menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat serta memanfaatkan peluang baru dalam pemasaran online.

Peluang keberhasilan promosi dan pemasaran virtual juga ditopang dengan kenyataan tingginya jumlah pengguna media sosial baik di skala lokal, nasional, maupun internasional (Melati *et al.*, 2020). Selain memberikan dampak ekonomi, pelatihan ini juga berperan penting dalam pelestarian budaya. Dengan semakin dikenalnya parang dan pisau Binongko melalui media online, nilai budaya pandai besi dapat terus dihargai dan diwariskan. Integrasi antara tradisi dan teknologi akan memperkuat keberlanjutan kerajinan lokal di tengah persaingan global yang semakin ketat. Proses akulturasi dan adaptasi antara budaya yang satu dan budaya yang lain dalam Antropologi kultural disebut konsep integrasi kultural tidak dapat dihindari karena pluralitas agama, budaya, dan adat istiadat yang ada tidak bisa dan tidak saling bergesekan (Aris *et al.*, 2025). Dengan demikian, pelatihan penggunaan media online bukan hanya berfungsi sebagai upaya peningkatan keterampilan, tetapi juga sebagai langkah strategis dalam menjaga eksistensi warisan budaya Pulau Pandai Besi.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat “Pelatihan Penggunaan Media Online dalam Penjualan Parang dan Pisau pada Pengrajin Besi di Pulau Binongko” dilaksanakan melalui beberapa tahapan terstruktur sesuai jadwal pelaksanaan pada 19 November 2025. Metode pelaksanaan dirancang untuk mengintegrasikan pendekatan edukatif, partisipatif, dan kolaboratif guna meningkatkan kapasitas digital para pengrajin besi di Pulau Binongko. Adapun tahapan metode pelaksanaan adalah sebagai berikut:

1. pelatihan publikasi produk menggunakan media sosial. Peserta diberikan panduan praktis mengenai:
 - Cara memotret produk dengan teknik sederhana
 - Penyusunan caption dan deskripsi produk yang menarik
 - Pemanfaatan platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business
 - Strategi unggahan konten, interaksi dengan konsumen, serta pengelolaan pesan
 - Penggunaan marketplace untuk memperluas jangkauan penjualan
 - Pelatihan dilakukan secara paralel dan dipandu oleh para narasumber serta tim teknis
 - untuk memastikan peserta mampu mempraktikkan langsung langkah-langkah pemasaran online.
2. Penyusunan Rencana Tindak Lanjut (RTL) dan Penutupan
Pada tahap akhir, peserta bersama tim pengabdian menyusun Rencana Tindak Lanjut (RTL) sebagai komitmen keberlanjutan program. RTL ini mencakup:

- Pendampingan lanjutan penggunaan media sosial
- Peningkatan kualitas konten publikasi
- Pembentukan kelompok pengrajin berbasis digital
- Penguatan kerja sama dengan pemerintah dan pihak pendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pembahasan dari Focus Group Discussion (FGD) dalam program pengabdian masyarakat bagi Pelaku Pandai Besi di Kelurahan Sowa, Kecamatan Togo Binongko, Kabupaten Wakatobi, menunjukkan bahwa sebagian besar pengrajin masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti penjualan langsung di pasar lokal dan dari mulut ke mulut. Kedua, para peserta FGD mengidentifikasi bahwa platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan website dapat menjadi alat yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, terdapat tantangan dalam hal pengetahuan dan keterampilan menggunakan teknologi tersebut. Meskipun banyak dari mereka belum terbiasa dengan penggunaan platform digital, mereka menyadari pentingnya hal ini untuk keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Para pengrajin sepakat bahwa pelatihan yang berfokus pada aspek praktis, seperti cara membuat akun di platform e-commerce, mengunggah produk, dan mengelola transaksi online, akan sangat bermanfaat (Aryadi *et al.*, 2023)

Pelaksanaan pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar pengrajin besi di Pulau Binongko sebelumnya belum memahami fungsi media sosial sebagai sarana pemasaran. Selama ini, pemasaran parang dan pisau dilakukan secara tradisional, seperti penjualan langsung di bengkel besi, pasar lokal, atau melalui jasa titip pembeli dari luar daerah. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran sangat terbatas.

Setelah mengikuti pelatihan, para pengrajin mulai memahami bahwa media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok memiliki potensi besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan biaya yang tinggi. Penjelasan mengenai konsep dasar pemasaran online, fitur unggah produk, dan strategi konten membuat peserta mengerti bahwa media sosial bukan hanya untuk hiburan, tetapi dapat menjadi sarana profesional untuk meningkatkan nilai jual produk.

1. Kemampuan Praktis Mengunggah Produk di Facebook



Gambar 1. Aplikasi facebook

Facebook marketing adalah penggunaan fasilitas yang ditawarkan Facebook untuk melakukan pemasaran produk dengan target kenaikan penjualan dan menciptakan interaksi yang berjangka panjang kepada konsumen untuk membangun kedekatan dengan produk yang dipasarkan (Shiddiq *et al.*, 2023). Pemasaran Facebook sangat penting bagi siapa pun yang terlibat dalam pemasaran digital. Facebook adalah platform media sosial yang jumlah penggunanya sangat besar. Pemasaran di platform ini memungkinkan

perusahaan menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, memiliki banyak manfaat lain seperti yang telah disebutkan di atas. Karena pentingnya pemasaran Facebook, Anda juga perlu mendukungnya dengan strategi pemasaran yang efektif. Banyak pemasaran menerapkan strategi pemasaran ini dengan melengkapinya dengan teknologi. Salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan (Nurmansyah, 2022). Salah satu hasil paling terlihat adalah kemampuan peserta menggunakan akun Facebook untuk mengunggah produk. pengrajin dilatih membuka Halaman (Page) bisnis, memilih menu Shop/Toko, kemudian mencoba secara langsung fitur Add Product.

Peserta difasilitasi untuk mengambil foto parang dan pisau milik mereka, mengunggahnya, serta menuliskan deskripsi singkat mencakup bahan, ukuran, keunggulan, dan harga. Pada awal sesi, mereka masih canggung dengan cara membuat akun, mengunggah foto, hingga menambahkan caption. Namun melalui pendampingan langsung, mereka berhasil mengunggah beberapa foto produk dengan kualitas pencahayaan yang baik. Pelatihan menunjukkan bahwa mayoritas peserta mampu mengikuti langkah-demi-langkah tersebut tanpa mengalami kendala berarti. Beberapa peserta bahkan langsung menerima pertanyaan dari calon pembeli lokal yang melihat unggahan produk mereka.



Gambar 2. Peserta mengikuti langkah-demi-langkah penggunaan marketplace facebook



Parang Binongko
Rp50.000

Gambar 3. Unggahan Produk Peserta Pelatihan di marketplace facebook



Gambar 4. Moderator Menjelaskan Tata Cara penggunaan Facebook *Marketplace*

2. Pembuatan Konten Promosi di TikTok



Gambar 5. Aplikasi TikTok

Platform TikTok merupakan bagian yang paling sangat cocok untuk mempromosikan proses pembuatan parang dan pisau yang memiliki nilai seni dan budaya lokal. Peserta diajarkan membuat video pendek, menampilkan proses pembakaran besi, pembentukan bilah, hingga penajaman. Peserta juga dilatih menggunakan TikTok Shopping, meskipun sama seperti *marketplace* facebook, fitur ini membutuhkan proses lanjutan. Namun, kemampuan membuat video kreatif, memberi teks overlay, serta menambahkan hashtag relevan berhasil dikuasai sebagian besar peserta. TikTok tidak hanya sekedar sarana hiburan tetapi juga dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran digital yang berguna untuk meningkatkan kesadaran masyarakat bahkan meningkatkan pendapatan bisnis melalui konten kreatif (Novita, *et al.*, 2023).

Selain peningkatan keterampilan teknis, pelatihan juga menunjukkan perubahan sikap dan motivasi. Sebagian peserta menyampaikan bahwa mereka merasa lebih percaya diri mempromosikan produk mereka secara online karena sudah memahami cara memotret produk, menulis deskripsi, serta berinteraksi dengan calon pembeli melalui komentar atau pesan pribadi.

Hal ini penting karena sebelumnya sebagian pengrajin menganggap pemasaran online sulit dan hanya cocok bagi pedagang di kota besar. Setelah pelatihan, mereka menyadari bahwa pemasaran digital dapat dilakukan oleh siapa saja, termasuk pengrajin di daerah kepulauan.

Berdasarkan hasil pelatihan, dapat dibahas bahwa media sosial merupakan solusi efektif untuk pengrajin besi di Pulau Binongko yang selama ini menghadapi keterbatasan akses pasar. Pemasaran konvensional yang mengandalkan penjualan langsung tidak mampu memperluas distribusi produk secara

signifikan.

Pemanfaatan Facebook, Instagram, dan TikTok membuka peluang bagi pengrajin untuk dikenal oleh pembeli dari luar daerah, bahkan luar pulau. Dengan demikian, penggunaan media online mampu menurunkan hambatan geografis dan meningkatkan visibilitas produk unggulan lokal.

Efektivitas Pendekatan Praktik Langsung (Hands-on Training)

Metode pelatihan yang mengutamakan praktik langsung terbukti efektif. Peserta tidak hanya mendengar penjelasan, tetapi langsung memotret produk, menulis deskripsi, dan mempostingnya. Hal ini membuat mereka cepat memahami alur kerja unggah produk. Fitur-fitur media sosial yang awalnya dianggap rumit menjadi mudah karena peserta dibimbing menggunakan gadget mereka sendiri.

Konten Visual sebagai Daya Tarik Utama Produk Parang dan Pisau

Hasil pengamatan selama pelatihan menunjukkan bahwa konten visual seperti foto dan video memiliki pengaruh besar dalam menarik perhatian calon pembeli. Foto yang jelas, deskripsi singkat, serta video proses pembuatan dapat meningkatkan nilai storytelling. Hal ini menjadikan parang dan pisau Binongko tidak hanya dipandang sebagai alat perabot, tetapi juga karya budaya yang khas. Potensi ini sangat besar untuk dikembangkan sebagai branding.

Interaksi Pengikut sebagai Penguat Keberlanjutan Pemasaran

pentingnya interaksi melalui komentar dan pesan. Setelah peserta melakukan unggahan pertama, beberapa langsung menerima komentar dari masyarakat lokal. Pengalaman ini menjadi bukti bahwa interaksi dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memberikan peluang penjualan. Pembahasan menunjukkan bahwa membangun hubungan dengan pengikut bukan sekadar strategi pemasaran, tetapi bagian dari membangun komunitas pelanggan. Jika dilakukan berkelanjutan, pengrajin dapat memiliki pelanggan tetap dan memperluas jaringan pemasaran.

Hasil pelatihan juga menunjukkan adanya beberapa tantangan:

1. Keterbatasan sinyal internet di beberapa wilayah Pulau Binongko menyebabkan sebagian peserta kesulitan mengunggah foto/video berukuran besar.
2. Sebagian pengrajin belum terbiasa menggunakan smartphone secara produktif, sehingga membutuhkan pendampingan lanjutan.
3. Kurangnya foto produk berkualitas profesional, terutama terkait pencahayaan dan sudut pengambilan gambar.

Dampak Jangka Panjang terhadap Perekonomian Lokal

Jika pengrajin terus mempraktikkan apa yang dipelajari, kegiatan ini berpotensi:

- meningkatkan penjualan produk,
- memperluas pasar hingga luar daerah,
- menaikkan nilai ekonomi parang dan pisau Binongko,
- membuka peluang kolaborasi dengan reseller atau toko online.

Dengan demikian, pelatihan ini bukan hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi masyarakat pesisir dan pelestarian budaya pengrajin besi Binongko.

3. Kemampuan Praktis Mengunggah Produk di Instagram



Gambar 6. Aplikasi Instagram

Meskipun fokus utama pelatihan adalah Facebook, peserta juga diperkenalkan pada Instagram sebagai platform visual yang efektif. Instagram dikenal sebagai media yang sangat mengutamakan konten visual. Peserta dilatih untuk memanfaatkan fitur unggahan foto dan video pendek (Reels) yang serupa dengan TikTok. Pengrajin didorong untuk menampilkan hasil foto produk dengan kualitas pencahayaan yang baik yang telah mereka praktikkan, disertai deskripsi produk yang menarik. Konten visual seperti foto yang jelas dan video proses pembuatan terbukti memiliki pengaruh besar dalam menarik perhatian calon pembeli. Instagram berperan dalam memperkuat storytelling (pendongengan) mengenai parang dan pisau Binongko, yang mana produk ini tidak hanya dilihat sebagai alat, tetapi juga sebagai karya budaya. Pemanfaatan Instagram membantu memposisikan kerajinan Binongko sebagai produk lokal yang kompetitif di era digital.

Dengar memaparkan pentingnya pemasaran Digital dengan memberikan pelatihan terkait pemasaran Online menggunakan media facebook, IG, dan memberikan pelatihan dan pengetahuan bagaimana cara mengambil gambar, cara mengambil vidio, cara membuat konten yang baik agar bisa maksimal dalam hal promosi di samping itu kami membuat Brand Produk dengan harapan produk mitra bisa terkenal luas sehingga bisa menambah pendapatan masyarakat pandai besi (Huda *et al.*, 2024).

Di lanjutkan dengan sesi penyusunan RTL yang merupakan tahap penting dalam memastikan keberlanjutan program. Pada sesi ini, tim teknis dan peserta pengrajin merumuskan langkah konkret pasca-pelatihan untuk mengoptimalkan promosi produk menggunakan media sosial. Hasil diskusi menunjukkan bahwa pengrajin menyadari perlunya sistem pemasaran yang berkelanjutan, dimulai dari dokumentasi produk yang baik, pengelolaan akun media sosial, hingga penjadwalan unggahan konten. Selain itu, peserta setuju untuk membentuk tim kecil pengelola konten yang terdiri dari perwakilan pengrajin muda yang lebih familiar dengan teknologi digital.

RTL yang disusun mencakup empat pilar utama:

1. Peningkatan kualitas produk dan dokumentasi
2. Pemanfaatan media sosial secara konsisten
3. Penguatan kolaborasi antar-pengrajin dan stakeholder
4. Monitoring perkembangan penjualan secara berkala

Salah satu poin RTL yang berhasil disepakati adalah penyusunan kalender konten mingguan. Dalam RTL, para peserta sepakat untuk:

- memprioritaskan unggahan proses pembuatan parang dan pisau (behind the scenes),

- mengombinasikan konten foto, video, dan testimoni pelanggan.

Hal ini menjadi capaian penting karena selama ini pengrajin tidak pernah merencanakan promosi secara berkelanjutan.



Gambar 7. Diskusi Kelompok Peserta Pelatihan



Gambar 8. Pelaksanaan Rencana Tindak Lanjut (RTL)

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa Pelatihan Penggunaan Media Online dalam Penjualan Parang dan Pisau pada Pengrajin Besi di Pulau Binongko berhasil meningkatkan kemampuan digital para pengrajin dalam memasarkan produk mereka melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoretis, tetapi juga keterampilan praktis seperti teknik fotografi produk, penyusunan deskripsi menarik, serta strategi interaksi dengan konsumen secara daring. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam literasi digital dan

motivasi peserta untuk memanfaatkan media online sebagai sarana promosi dan penjualan. Para pengrajin mampu mengunggah produk secara mandiri, membuat konten visual kreatif, serta memahami pentingnya interaksi dengan calon pembeli. Dampak jangka panjang yang diharapkan adalah peningkatan penjualan, perluasan pasar hingga luar daerah, serta penguatan branding produk parang dan pisau Binongko sebagai kerajinan lokal unggulan. Kegiatan ini juga berperan dalam pelestarian budaya lokal melalui digitalisasi karya pandai besi, sehingga tradisi tersebut tetap dikenal di era modern. Untuk keberlanjutan program, disarankan adanya pendampingan lanjutan dalam manajemen media sosial, peningkatan kualitas konten, serta penguatan kerja sama antar-pengrajin dan pemangku kepentingan guna memperluas jejaring pemasaran dan memperkuat ekonomi masyarakat Pulau Binongko.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Halu Oleo atas dukungan dan fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada PT. Pegadaian yang telah memberikan dukungan dan kontribusi nyata dalam bentuk bantuan dana serta fasilitas pendukung selama kegiatan berlangsung, sehingga pelatihan dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat bagi para peserta. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada Pemerintah Kecamatan Togo Binongko, Kelurahan Sowa, serta seluruh pengrajin besi di Pulau Binongko yang telah berpartisipasi aktif, menunjukkan semangat belajar, dan berperan besar dalam keberhasilan kegiatan pelatihan ini. Diharapkan hasil dari kegiatan ini dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan literasi digital, perluasan jaringan pemasaran, dan penguatan ekonomi masyarakat pengrajin di Pulau Binongko.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). Pengaruh pemasaran media online dan marketplace terhadap tingkat penjualan produk umkm collection di sidoarjo. *Media Mahardhika*, 19(3), 517-522.
- Arjuna, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM. *Comsep: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 159–164.
- Aryadi, R. J. F., Zulfan Efendi, & Rangga Ardinsyah. (2023). Strategi Pemasaran Digital Pada Produk Pandai Besi Rumbio Jaya Steel Di Era Digitalisasi. *CARE: Journal Pengabdian Multi Disiplin*, 2(2), 101-108. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/care/index>
- Huda, N., Ismunandar, Utami, S. F., Haryadin, M. N., & Firdaus, M. (2024). PENINGKATAN EFISIENSI PRODUKSI, MANAJEMEN USAHA DAN STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN KELOMPOK USAHA PANDE BESI KELURAHAN PENANAE KOTA BIMA. *Communnity Development Journal*, 5(5), 9668–9673.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98-102.
- Laxmi, L., Keke, A., Almarsaban, A., & Bainuddin, B. (2024). Pelatihan Pengusulan Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) bagi Masyarakat Konawe Kepulauan. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 1(3), 261-266.

- Laxmi, L., Udu, S., Sifatu, W. O., Syahrin, S., Ismail, M. R., Amalia, R. N., & Febriana, B. (2025). Pelatihan Bagi Sanggar Seni Mustika Budaya Jawa Timur dan Penyerahan Teknologi Inovasi Alat Produksi Seni dan Kostum Penari untuk Penguatan Kapasitas dari Program Inovasi Seni Budaya Nusantara (PISN) Universitas Halu Oleo: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9946-9953.
- Melati, I. S., Margunani., Mudrika, S., & Pitaloka S. K. (2020). Upaya Optimalisasi Praktek Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasaryakatan. *Jurnal Panrita Abdi*, 4(2), 155-163
- Nafsi, F. S., & Kusuma, Y. B. (2023). Penerapan Digital Marketing pada E-commerce dan Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk PT Behaestex. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(3), 156-166.
- Novita, D., Herwanto, A., Mayndarto, E. C., Maulana, M. A., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543-2550.
- Nurmansyah, F. (2022, Juni 24). Facebook Marketing: Kelebihan dan Strateginya. Retrieved from mekari qontak: <https://qontak.com/blog/facebook-marketing/>
- Qonitat, I. (2020). Strategi Penggunaan Media Digital dalam Promosi Kerajinan Parang Sumbawa (Studi Kasus Komunitas Pandai Besi Desa Leseng, Kecamatan Moyo Hulu). *Jurnal Tambora*, 4(3), 51-57.
- Shiddiq, F. A., Bili, N. S., & Fathoni, M. (2023, November). Fenomena penggunaan Facebook sebagai media pemasaran produk di kalangan masyarakat. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 231-240).
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 5(2)