

OPTIMALISASI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK MENDUKUNG PEREKONOMIAN BERBASIS KERAKYATAN

Sudirman^{1*}, Syahril Idris²

¹Teknologi Informasi, Universitas Bosowa, Indonesia

²Arsitektur, Universitas Bosowa, Indonesia

sudirman.dymand@universitasbosowa.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi menjadi elemen penting dalam mendorong perekonomian berbasis kerakyatan. Pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat Desa Romanglasa yang terdiri dari 1.358 laki-laki dan 1.395 perempuan (total 2.753 orang) melalui penerapan teknologi informasi. Metode yang digunakan mencakup sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi program yang berkelanjutan, kerangka kegiatan ini, dilibatkan Pengurus BUMDes 7 orang, Perangkat desa 5 Orang dan Masyarakat yang dilibatkan secara langsung 20 orang dengan total mitra dalam kegiatan ini adalah 32 orang. Mitra dalam pengabdian ini adalah Kerja sama dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) untuk mengelola sistem informasi desa atau mendigitalisasi layanan masyarakat. Evaluasi dilakukan melalui survei Pretest 10 soal pilihan ganda untuk mengukur pemahaman awal, Posttest 15 soal pilihan ganda untuk mengukur pemahaman setelah pelatihan. pretest dan posttest program untuk mengukur peningkatan *soft skill* dan *hard skill* serta dampak ekonomis. Hasil menunjukkan adanya peningkatan *soft skill* sebesar 85%, *hard skill* sebesar 70%, dan peningkatan nilai ekonomis sebesar 40% melalui penguasaan teknologi e-commerce dan media sosial untuk pemasaran produk lokal. Program ini terbukti berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi desa dan menjadi model pemberdayaan berbasis teknologi.

Kata Kunci: E-Commerce; Media Sosial; Pemberdayaan Masyarakat; Perekonomian Kerakyatan; Teknologi Informasi.

Abstract: *Optimizing the use of information technology is an important element in driving a people-based economy. This service aims to empower the Romanglasa Village community consisting of 1,358 men and 1,395 women (a total of 2,753 people) through the application of information technology. The methods used include socialization, training, application of technology, mentoring, and ongoing program evaluation, the framework of this activity, involving 7 BUMDes Management, 5 Village Apparatus and 20 people directly involved in the community with a total of 32 partners in this activity. Partners in this service are Cooperation with Village-Owned Enterprises (BUMDes) to manage village information systems or digitize public services. Evaluation is carried out through a Pretest survey of 10 multiple choice questions to measure initial understanding, Posttest 15 multiple choice questions to measure understanding after training. Pretest and posttest programs to measure improvements in soft skills and hard skills as well as economic impacts. The results show an increase in soft skills by 85%, hard skills by 70%, and an increase in economic value by 40% through mastery of e-commerce technology and social media for marketing local products. This program has been proven to contribute to the sustainability of the village economy and become a model of technology-based empowerment.*

Keywords: *Community Empowerment; E-Commerce; Information Technology; People's Economy; Social Media.*



Article History:

Received: 01-12-2024

Revised : 06-01-2025

Accepted: 08-01-2025

Online : 01-02-2025



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Perekonomian berbasis kerakyatan merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan pembangunan ekonomi di berbagai negara (Marha *et al.*, 2022; Widayati & Nugraheni, 2022). Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, teknologi informasi menjadi katalis utama dalam meningkatkan daya saing ekonomi masyarakat (Lubis, 2022). Namun, masih banyak masyarakat, terutama di wilayah pedesaan, yang belum optimal memanfaatkan teknologi ini (Febriyanto & Arisandi, 2018; Yuangga, 2023). Keteringgalan akses teknologi, kurangnya keterampilan digital, dan minimnya pemahaman terkait pemasaran berbasis teknologi menjadi hambatan utama dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat global (Jamaludin, 2023; Rohmana, 2023).

Desa Romanglasa, dengan jumlah penduduk 2.753 jiwa, menghadapi tantangan signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakatnya (Ghifari & Supendi, 2024; Pramarta *et al.*, 2024; Widyananda *et al.*, 2024). Penduduk desa ini sebagian besar mengandalkan pertanian dan usaha mikro sebagai sumber pendapatan (Kamisah *et al.*, 2024; Isyanto *et al.*, 2024). Namun, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan teknologi informasi untuk memasarkan produk lokal menjadi penghambat dalam mengakses pasar yang lebih luas (Febrianti, 2024; Prasetyo, 2024; Rustianah *et al.*, 2024). Selain itu, keterbatasan infrastruktur teknologi dan minimnya pelatihan berkelanjutan menjadi alasan utama pentingnya program pengabdian masyarakat yang terfokus pada solusi berbasis teknologi (Arumsari *et al.*, 2022; Syukri & Sunrawali, 2022).

Hasil pengabdian sebelumnya yang dilakukan oleh Mustakim & Sudirman (2024); Sudirman (2024), menunjukkan bahwa penerapan teknologi informasi mampu meningkatkan keterampilan masyarakat dalam pemasaran digital hingga 75%. Dalam penelitian tersebut, pendekatan pelatihan dan pendampingan dinilai efektif untuk meningkatkan produktivitas ekonomi masyarakat desa. Hal ini mendukung gagasan bahwa pengabdian di Desa Romanglasa akan memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan keterampilan dan pendapatan masyarakat.

Kebijakan pemerintah, seperti yang tercantum dalam Peraturan Presiden Nomor 39 Tahun 2019 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya pada poin ke-8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), menjadi dasar kuat untuk melaksanakan kegiatan ini sebagai upaya mendorong pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi (Abdurrahman *et al.*, 2020; Syukri & Sunrawali, 2022).

Program pengabdian ini juga sejalan dengan rencana strategis pemerintah daerah yang menargetkan pengembangan potensi lokal melalui

digitalisasi sebagai langkah percepatan pembangunan ekonomi masyarakat pedesaan. Dengan pendekatan partisipatif, program ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan struktural yang dihadapi masyarakat Desa Romanglasa. Solusi yang ditawarkan dalam program ini meliputi sosialisasi, pelatihan intensif, penerapan teknologi informasi untuk pemasaran produk lokal, pendampingan selama implementasi, serta evaluasi berkelanjutan. Langkah-langkah ini dirancang untuk memastikan transfer pengetahuan yang efektif dan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Dengan melibatkan pemerintah desa, masyarakat, dan mitra lainnya, solusi ini diharapkan mampu menjawab tantangan teknologi dan ekonomi yang dihadapi.

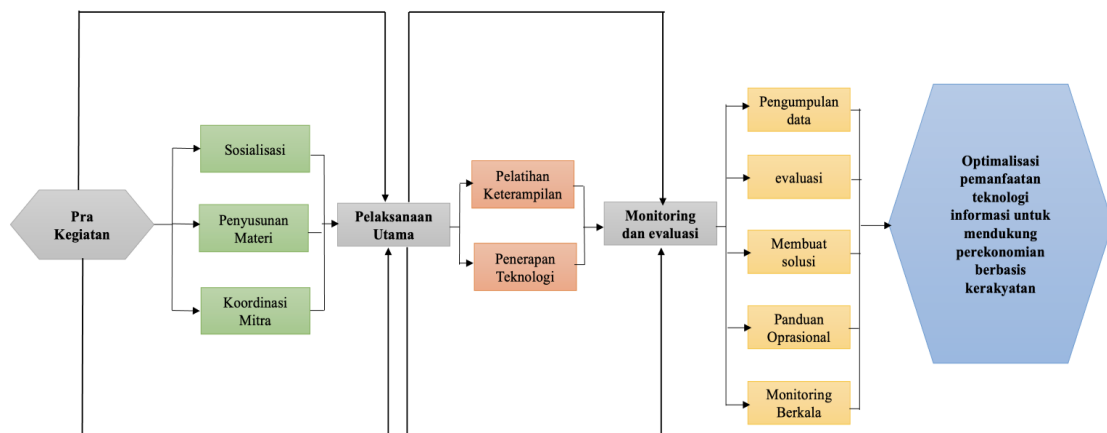
Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Romanglasa dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan ekonomi berbasis kerakyatan. Dengan demikian, program ini tidak hanya memperkuat keterampilan digital masyarakat tetapi juga menciptakan model pemberdayaan ekonomi desa yang berkelanjutan dan dapat direplikasi di wilayah lain.

B. METODE PELAKSANAAN

Desa Romanglasa, Kecamatan Bontonompo, Kabupaten Gowa, memiliki populasi 2.753 jiwa, sebagian besar bekerja di sektor agribisnis dan usaha mikro. Mitra dalam pengabdian ini adalah Kerja sama dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) terdiri dari Pengurus BUMDes 7 orang termasuk direktur, sekretaris, bendahara, dan staf pendukung. Perangkat Desa 5 orang terdiri dari kepala desa, sekretaris desa, operator desa, dan perangkat lainnya. Masyarakat yang dilibatkan secara langsung 20 orang untuk skala program digitalisasi dengan total mitra dalam kegiatan ini adalah 32 orang. Masyarakat di desa ini mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi informasi, terutama untuk meningkatkan akses pasar produk lokal. Dengan keterlibatan aktif masyarakat, program ini dirancang untuk memberdayakan potensi ekonomi lokal melalui penguasaan teknologi informasi. Pendekatan partisipatif diterapkan untuk memastikan masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat tetapi juga pelaku aktif dalam pelaksanaan kegiatan.

Metode pelaksanaan program ini melibatkan dosen dan mahasiswa KKN 57 Universitas Bosowa dengan peran yang saling melengkapi. Kegiatan dosen mencakup sosialisasi pentingnya teknologi informasi untuk mendukung perekonomian kerakyatan, pelatihan keterampilan digital seperti penggunaan e-commerce dan media sosial, penerapan teknologi untuk pemasaran, pendampingan selama implementasi, serta evaluasi berkelanjutan untuk memastikan keberhasilan program. Sementara itu, mahasiswa KKN berperan dalam mendukung pelaksanaan teknis, seperti persiapan alat dan bahan pelatihan, penyebaran informasi melalui media

cetak dan digital, membantu instalasi perangkat, pengaturan aplikasi, serta mengumpulkan umpan balik dari masyarakat untuk proses evaluasi.



Gambar 1. Metode pelaksanaan program

Kegiatan dimulai dengan tahap pra-kegiatan yang meliputi identifikasi kebutuhan masyarakat melalui survei untuk menentukan potensi ekonomi dan kendala yang dihadapi. Materi pelatihan dan perangkat teknologi disiapkan sesuai dengan kebutuhan yang teridentifikasi. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan pemerintah desa dan tokoh masyarakat untuk mendapatkan dukungan penuh dalam pelaksanaan program. Tahap ini bertujuan menciptakan fondasi yang kuat agar kegiatan utama dapat berjalan dengan lancar, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kegiatan pelaksanaan program

Waktu	Materi	Pemateri
Minggu ke-1	Sosialisasi pentingnya teknologi informasi	Tim Dosen dan Mahasiswa KKN 57
Minggu ke-2	Pelatihan pemasaran digital dan e-commerce	Tim Dosen
Minggu ke-3	Penerapan teknologi pemasaran	Mahasiswa KKN 57 dan Dosen
Minggu ke-4	Pendampingan implementasi	Dosen dan Mitra Lokal

Selama kegiatan utama, dosen dan mahasiswa bekerja sama dalam menyelenggarakan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan. Setiap kegiatan diukur efektivitasnya melalui angket dan observasi untuk menilai pemahaman serta partisipasi masyarakat. Monitoring dilakukan untuk memastikan bahwa implementasi berjalan sesuai rencana. Pasca kegiatan, dilakukan evaluasi mendalam melalui wawancara, survei, dan observasi untuk mengukur dampak nyata dari program, terutama dalam peningkatan keterampilan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi desa.

Keberlanjutan program menjadi fokus utama untuk memastikan dampaknya berlangsung jangka panjang. Program ini melibatkan masyarakat lokal sebagai fasilitator pelatihan di masa depan, dengan dukungan pemerintah desa dalam memperluas implementasi teknologi ke sektor ekonomi lainnya. Rencana pelatihan lanjutan akan dilaksanakan secara berkala sesuai kebutuhan, sehingga masyarakat dapat terus meningkatkan keterampilan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi yang dinamis, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Langkah-langkah kegiatan

Tahapan	Bentuk Kegiatan	Keterangan
Pra Kegiatan	- Identifikasi Kebutuhan Masyarakat: Survei melalui angket, wawancara, dan observasi untuk memahami potensi ekonomi dan kendala.	Membentuk dasar kebutuhan pelatihan.
	- Persiapan Materi dan Perangkat Teknologi: Menyusun modul pelatihan dan menyediakan perangkat (komputer, internet, dll.).	Materi dan perangkat disesuaikan dengan hasil survei.
	- Koordinasi dengan Pemerintah Desa dan Tokoh Masyarakat: Pertemuan untuk menjelaskan tujuan kegiatan dan mendapatkan dukungan.	Melibatkan pemerintah desa dan tokoh masyarakat untuk kelancaran kegiatan.
	- Promosi Kegiatan: Pengumuman melalui media sosial, poster, atau forum masyarakat.	Menarik partisipasi aktif dari masyarakat.
Pelaksanaan	Minggu ke-1: Sosialisasi Pentingnya Teknologi Informasi	- Materi: Manfaat teknologi informasi dalam perekonomian. - Pemateri: Tim dosen dan mahasiswa KKN. - Metode: Seminar interaktif dengan diskusi dan tanya jawab.
	Minggu ke-2: Pelatihan Pemasaran Digital dan E-commerce	- Materi: Penggunaan platform digital untuk promosi dan penjualan. - Pemateri: Tim dosen. - Metode: Workshop praktis dengan simulasi.
	Minggu ke-3: Penerapan Teknologi Pemasaran	- Materi: Implementasi pemasaran digital ke dalam usaha masyarakat. - Pemateri: Mahasiswa KKN dan dosen. - Metode: Praktik langsung dengan bimbingan.
	Minggu ke-4: Pendampingan Implementasi	- Materi: Bantuan teknis dan konsultasi selama

Tahapan	Bentuk Kegiatan	Keterangan
		penerapan teknologi. - Pemateri: Dosen dan mitra lokal. - Metode: Konsultasi individu dan kelompok.
Evaluasi	- Pretest dan Posttest: Membandingkan pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan.	Mengukur peningkatan pengetahuan peserta.
	- Wawancara: Mendalam dengan peserta untuk mengetahui manfaat dan kendala yang dirasakan.	Menggali insight kualitatif terkait kegiatan.
	- Angket: Menilai pemahaman, kepuasan, dan relevansi pelatihan.	Data kuantitatif terkait efektivitas pelatihan.
	- Observasi: Memantau langsung keterampilan peserta selama kegiatan berlangsung.	Mengukur penerapan keterampilan teknologi informasi.
	- Survei Dampak: Mengukur pengaruh program terhadap keterampilan masyarakat dan ekonomi desa.	Mengevaluasi dampak jangka panjang program.
	- Penyusunan Laporan dan Rekomendasi: Merangkum hasil evaluasi untuk keberlanjutan program.	Menyusun rencana tindak lanjut untuk pelatihan berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang secara sistematis melalui tiga tahapan utama: pra kegiatan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap pra kegiatan fokus pada identifikasi kebutuhan, persiapan materi, perangkat teknologi, dan koordinasi dengan pihak desa untuk memastikan dasar pelaksanaan yang kuat. Tahap pelaksanaan melibatkan serangkaian sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan dengan metode yang interaktif dan praktis untuk meningkatkan keterampilan masyarakat. Pada tahap evaluasi, berbagai metode seperti pretest, posttest, wawancara, angket, observasi, dan survei dampak digunakan untuk menilai keberhasilan kegiatan sekaligus menyusun rencana keberlanjutan yang melibatkan masyarakat lokal sebagai fasilitator masa depan. Rangkaian kegiatan ini bertujuan menciptakan dampak nyata dan berkelanjutan dalam peningkatan keterampilan dan ekonomi berbasis kerakyatan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang dirancang dalam metode pelaksanaan. Pra-kegiatan dimulai dengan identifikasi kebutuhan masyarakat Desa Romanglasa melalui survei. Survei ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat belum familiar dengan penggunaan teknologi informasi, terutama dalam pemasaran digital.

Setelah itu, tim dosen dan mahasiswa mempersiapkan materi pelatihan, alat, dan perangkat yang relevan, seperti terlihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 2. Sosialisasi Pentingnya Teknologi Informasi



Gambar 3. Pendampingan Implementasi

Pelaksanaan utama mencakup empat tahapan: sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan. Sosialisasi memberikan wawasan tentang pentingnya teknologi informasi dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi lokal. Pelatihan melibatkan pembelajaran praktis tentang e-commerce, pemasaran media sosial, dan penggunaan aplikasi digital. Berikut merangkum kegiatan pelatihan, seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan	Materi	Peserta	Pemateri
Sosialisasi	Pentingnya Teknologi Informasi	Masyarakat umum	Tim Dosen
Pelatihan	Pemasaran Digital dan E-commerce	Pelaku UMKM	Tim Dosen dan Mahasiswa KKN
Implementasi Teknologi	Instalasi Aplikasi dan Sistem	Pelaku UMKM	Mahasiswa KKN
Pendampingan	Optimalisasi dan Evaluasi	Pelaku UMKM	Tim Dosen dan Mahasiswa

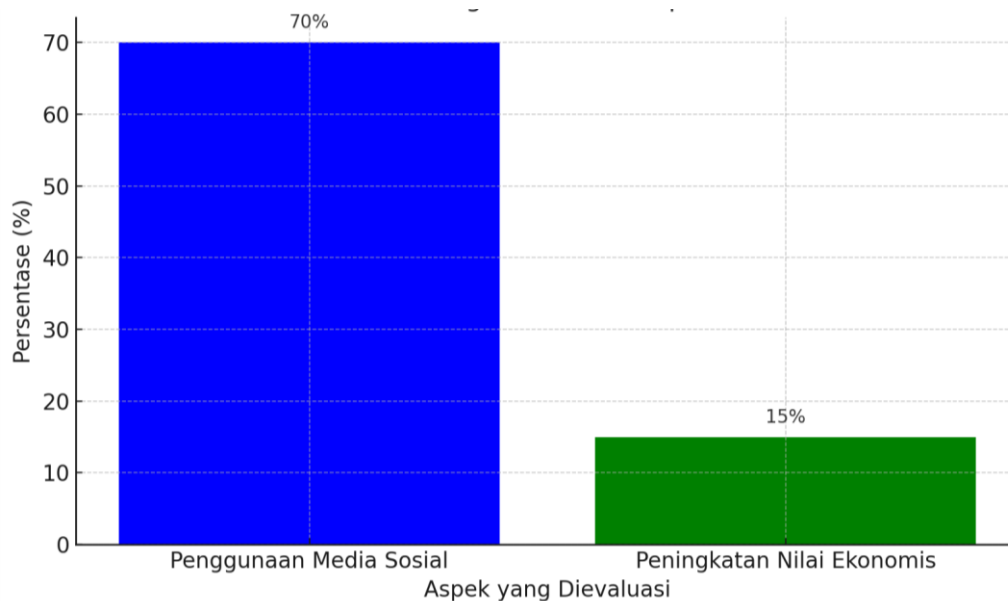
2. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan melalui observasi selama pelaksanaan kegiatan untuk memastikan partisipasi aktif masyarakat. Evaluasi menggunakan angket pre-test dan post-test untuk menilai peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Dari hasil angket, terjadi peningkatan pemahaman sebesar 85% pada aspek pemasaran digital dan 78% pada penguasaan aplikasi e-commerce. Selain itu, wawancara dengan

peserta menunjukkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk lokal, seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Evaluasi Pasca Kegiatan

Aspek Evaluasi	Metode Evaluasi	Penjelasan
Pemahaman Materi	Angket (Pre-test dan Post-test)	Mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap pemasaran digital dan penggunaan aplikasi e-commerce.
Keterampilan Teknis	Observasi dan Wawancara	Menilai kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi pemasaran dan media sosial untuk promosi.
Penerapan Teknologi	Laporan dan Observasi	Melihat sejauh mana teknologi yang diajarkan diterapkan oleh peserta dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.
Tingkat Kepuasan Peserta	Angket dan Wawancara	Mendapatkan umpan balik terkait kesesuaian materi, metode pelatihan, dan manfaat yang dirasakan peserta.
Dampak Ekonomi	Data Penjualan Mitra	Menganalisis peningkatan nilai penjualan produk lokal sebagai indikator dampak ekonomi program.



Gambar 4. Grafik Peningkatan Keterampilan dan ekonomi

Hasil observasi juga mencatat peningkatan keterampilan praktis, seperti penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran. Sebanyak 70% peserta mulai menggunakan media sosial untuk menjangkau pelanggan baru. Peningkatan nilai ekonomis dari produk lokal diperkirakan mencapai 15% dalam dua bulan setelah kegiatan berlangsung berdasarkan data penjualan yang dilaporkan oleh mitra.

3. Kendala yang Dihadapi

Selama pelaksanaan, terdapat beberapa kendala. Pertama, keterbatasan infrastruktur internet di beberapa wilayah Desa Romanglasa menjadi hambatan bagi peserta untuk menerapkan teknologi secara optimal. Solusinya adalah menyediakan materi pelatihan dalam bentuk offline, seperti panduan cetak dan video tutorial yang dapat diakses tanpa internet. Kendala kedua adalah tingkat literasi digital yang bervariasi di kalangan peserta. Peserta yang kurang akrab dengan teknologi memerlukan waktu lebih lama untuk memahami materi. Tim menyiasatinya dengan memberikan pendampingan lebih intensif kepada kelompok ini. Ke depan, disarankan untuk mengadakan program literasi digital dasar sebelum pelatihan lanjutan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat Desa Romanglasa dalam menggunakan teknologi informasi untuk mendukung aktivitas ekonomi. Berdasarkan evaluasi, terjadi peningkatan 85% pada *soft skill* peserta terkait pemasaran digital dan 78% pada *hard skill* terkait penguasaan aplikasi e-commerce. Selain itu, penerapan teknologi telah memberikan dampak nyata pada peningkatan nilai ekonomi produk lokal sebesar 15% dalam dua bulan setelah pelaksanaan. Hasil ini menunjukkan bahwa teknologi informasi memiliki potensi besar untuk memberdayakan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan.

Sebagai tindak lanjut, disarankan untuk mengadakan program pelatihan lanjutan yang berfokus pada literasi digital dasar bagi kelompok masyarakat yang memiliki keterbatasan dalam teknologi. Selain itu, rekomendasi penelitian lanjutan dapat diarahkan pada eksplorasi model bisnis berbasis teknologi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat pedesaan. Pengabdian di bidang lain, seperti manajemen keuangan digital atau penggunaan teknologi untuk efisiensi produksi, juga dapat menjadi langkah strategis untuk memperluas manfaat dari program ini. Kolaborasi dengan pemerintah dan penyedia layanan teknologi menjadi kunci untuk memastikan keberlanjutan dan perluasan dampak program ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRIPM) Universitas Bosowa atas dukungan dan pembiayaan yang diberikan dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Dukungan ini telah memungkinkan kami untuk menjalankan kegiatan dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi mitra dan masyarakat. Semoga kerjasama yang baik ini dapat terus terjalin

di masa mendatang demi tercapainya misi bersama untuk memajukan masyarakat melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdurrahman, G. *et al.* (2020) 'Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran', *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2) halaman 89. Available at: <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>.
- Amalia Wahyuni Mustakim and Sudirman Sudirman (2024) 'Pemberdayaan Komunitas Petani Kopi Dalam Pembangunan Ekonomi Lokal Yang Berkelanjutan Melalui Penerapan Teknologi Informasi', 8(4) halaman 3580. Available at: <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i4.24332>.
- Arumsari, N.R., Lailiyah, N. and Rahayu, T. (2022) 'Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang', *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(1) halaman 92. Available at: <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>.
- Asep Jamaludin (2023) 'Pelatihan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi Informasi Bagi Karang Taruna, Umkm Masyarakat Lokal Dalam Strategi Pemasaran "Cariumulya Creative', *Jurnal Buana Pengabdian*, 5(2) halaman 12. Available at: <https://doi.org/10.36805/jurnalbuanapengabdian.v5i2.5779>.
- Febrianti, E. (2024) 'Penerapan Pendidikan Kewirausahaan Konsep Digital Marketing Dalam Strategi Pemasaran Produk Umkm Kurmo Salak Di Kapas Bojonegoro', *Dharmas Education Journal (DE_Journal)*, 4(1) halaman 403. Available at: <https://doi.org/10.56667/dejournal.v4i1.1132>.
- Febriyantoro, M.T. and Arisandi, D. (2018) 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean', *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2) halaman 62. Available at: <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>.
- El Ghifari, L.F. and Moh. Supendi (2024) 'Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Cafe', *Jurnal Niara*, 16(3) halaman 505. Available at: <https://doi.org/10.31849/niara.v16i3.15295>.
- Jihan Marha, O. *et al.* (2022) 'Pembangunan Ekonomi Rakyat Berbasis Kewirausahaan Dalam Upaya Meningkatkan Pertahanan Negara Indonesia', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2) halaman 4811.
- Kamisah, N. *et al.* (2024) 'Sosialisasi Pemberdayaan Usaha Kecil Mikro Dan Menengah (UMKM) Dalam Pemanfaatan Teknologi Sebagai Strategi Pemasaran', *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1) halaman 18. Available at: <https://doi.org/10.56184/jpkmjournal.v3i1.306>.
- Lubis, A. (2022) 'Penyuluhan Technopreneur Dalam Mengembangkan Ekonomi Digital', *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 7(2) halaman 115. Available at: <https://doi.org/10.22441/jam.2022.v7.i2.002>.
- Pramartha, I.M.A., I Putu Gde Chandra Artha Aryasa and Anak Agung Istri Krisna Gangga Dewi (2024) 'Optimalisasi Pembukuan dan Pemasaran Berbasis Digital Kelompok Industri Kecil Menengah Pengrajin Perak di Desa Batubulan', *International Journal of Community Service Learning*, 7(3) halaman 309. Available at: <https://doi.org/10.23887/ijcs.v7i3.65047>.
- Prasetyo, H. (2024) 'Strategi Komunikasi Pemasaran Inovatif Untuk Meningkatkan Keterlibatan Masyarakat Terhadap Pusat Demonstrasi Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi', *Akselerasi: Jurnal Ilmiah Nasional*, 6(1) halaman 104. Available at: <https://doi.org/10.54783/jin.v6i1.902>.
- Puji Isyanto, Yayan Alpian and April Lia Hananto (2024) 'Peningkatan Pemasaran Digital Dalam Mendukung Kinerja Pemasaran Umkm Pada Komunitas Sahabat UMKM Kabupaten Karawang', *Jurnal Buana Pengabdian*, 6(1)

- halaman 1950. Available at: <https://doi.org/10.36805/jurnalbuanapengabdian.v6i1.6215>.
- Rohmana, D.W. (2023) 'Peranan Ekonomi Digital dalam Peningkatan Pertumbuhan UMKM: Peluang Dan Tantangan', *In Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)*, 1(1) halaman 43.
- Rustianah, R. *et al.* (2024) 'Pengembangan Strategi Bisnis UMKM Berbasis Digital untuk Membangun Mental Technopreneur', *Lentera Pengabdian*, 2(01) halaman 25. Available at: <https://doi.org/10.59422/lp.v1i04.252>.
- Sudirman Sudirman (2024) 'Strategi Implementasi Teknologi Digital Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Pengrajin Sutra Cura' Labba", 8(3) halaman 2959. Available at: <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i3.22891>.
- Syukri, A.U. and Sunrawali, A.N. (2022) 'Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah', *KINERJA*, 19(1) halaman 171. Available at: <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>.
- Widayati, R. and Nugraheni, A.D. (2022) 'Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan Berdasarkan Ajaran Tamansiswa Menuju Revolusi Industri 4.0', *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat DEWANTARA*, 5(2) halaman 32. Available at: <https://doi.org/10.31317/jpmd.v5i2.823>.
- Widyananda, C.S., Shamad, Z. and Purdiyanto, J. (2024) 'Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Peternak Kambing Di Dusun Solot Kabupaten Pamekasan', *Jurnal Terapan Abdimas*, 9(1) halaman 93. Available at: <https://doi.org/10.25273/jta.v9i1.17938>.
- Yuangga, K.D. (2023) 'Transformasi Digital dalam Pendidikan Ekonomi: Menyiapkan Generasi Muda untuk Menghadapi Tantangan Ekonomi Digital', *JIIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(6) halaman 4508. Available at: <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i6.2410>.