

Transformasi UMKM & PKK Desa Gunung Menyan Berkelanjutan Menuju Ekonomi Hijau Melalui Inovasi Produk Ramah Lingkungan & Pemasaran Digital

¹⁾Syamsudin Baharsyah*, ²⁾Sandy Gunarso, ³⁾Retno Anggraeni Puspitasari

¹⁾Manajemen Ritel, Universitas Medika Suherman, Bekasi, Indonesia

²⁾Bisnis Digital, ³⁾Keperawatan, Universitas Medika Suherman, Bekasi, Indonesia

Email Corresponding: syamsudinbaharsyah865@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:
UMKM & PKK
Berkelanjutan
Ekonomi Hijau
Inovasi Produk
Pemasaran Digital

Desa Gunung Menyan merupakan salah satu desa di Kec. Pamijahan, Kab. Bogor. Karakteristik sosial penduduknya dikenal religius, ramah, dan kuat adat budayanya. Dengan potensi lokal yang cukup besar, kebutuhan untuk memperkuat literasi digital guna pemberdayaan masyarakat. UMKM dan TP-PKK Desa Gunung Menyan dapat saling mendukung dalam mewujudkan ekonomi desa mandiri, inovatif, dan berkelanjutan. Permasalahan utama mitra antaralain: rendahnya literasi pemasaran digital, pengetahuan inovasi produk ramah lingkungan, peralatan produksi, literasi pemberdayaan Masyarakat dan sistem perencanaan komunitas usaha. Solusi permasalahan yaitu: produk ramah lingkungan, peningkatan literasi digital pemasaran, manajemen usaha, branding, akses pasar, penguatan literasi pemberdayaan Masyarakat dan perencanaan komunitas usaha terstruktur. Metode pelaksanaan yaitu pendekatan partisipatif dengan lima tahapan pelaksanaan yaitu perencanaan, persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut. Hasil yang dicapai yaitu berdasarkan perbandingan nilai pre test dan post test, terbukti mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, sebesar 44% dalam hal manajemen pengelolaan usaha, peningkatan kapasitas produksi serta kesiapan mitra dalam menerapkan prinsip ekonomi hijau, inovasi kemasan ramah lingkungan, dan strategi pemasaran digital.

ABSTRACT

Keywords:
MSMEs & PKK
Sustainability
Green Economy
Product Innovation
Digital Marketing

Gunung Menyan Village is one of the villages in Pamijahan District, Bogor Regency. The social characteristics of its residents are known to be religious, friendly, and have strong cultural traditions. With considerable local potential, the need to strengthen digital literacy for community empowerment. MSMEs and TP-PKK Gunung Menyan Village can support each other in realizing an independent, innovative, and sustainable village economy. The main problems of partners include: low digital marketing literacy, knowledge of environmentally friendly product innovation, production equipment, community empowerment literacy and business community planning systems. Solutions to the problems are: environmentally friendly products, increasing digital marketing literacy, business management, branding, market access, strengthening community empowerment literacy and structured business community planning. The implementation method is a participatory approach with five stages of implementation: planning, preparation, implementation, evaluation, and follow-up. The results achieved are based on a comparison of pre-test and post-test scores, proven to be able to increase knowledge, skills, by 44% in terms of business management, increasing production capacity and partner readiness in implementing green economy principles, environmentally friendly packaging innovation, and digital marketing strategies.

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



I. PENDAHULUAN

Desa Gunung Menyan merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kec. Pamijahan - Bogor. Berada di dataran tinggi/pegunungan, dengan suhu udara berkisar 25-32°C dengan karakteristik sosial masyarakat penduduk dikenal religius, ramah, dan kuat adat budayanya, serta fokus Pemerintah Desa yaitu meningkatkan kualitas dan daya saing produk pertanian dan industri kreatif sekaligus menekan angka pengangguran dan keluarga prasejahtera melalui inovasi produksi industri ekonomi kreatif. Desa Gunung Menyan memiliki potensi sumber daya ekonomi yang cukup besar di bidang pertanian dan industri kreatif. Salah satu komoditas unggulan yang menjadi primadona dan banyak ditanam oleh masyarakat adalah ketela pohon, ketela rambat dan tanaman umbi-umbian lainnya. Masyarakat setempat banyak memproduksi berbagai macam produk olahan makanan dengan menggunakan bahan-bahan lokal hasil pertanian, seperti singkong, talas, ubi jalar dan lainnya, yang merupakan ciri khas dari usaha mikro.

Desa Gunung Menyan juga memiliki modal sosial yang cukup, hal ini diwakili oleh kelompok UMKM dan TP PKK, yang secara aktif mendorong pemberdayaan ekonomi keluarga, proses pembelajaran berbasis komunitas, serta pembangunan kapasitas ekonomi lokal. Sebagaimana (Alfiansyah, 2023) bahwa modal sosial menjadi pondasi dasar dalam pemberdayaan, yang mana berpengaruh pada ketercapainya program. Secara umum kelompok mitra UMKM dan TP PKK Desa Gunung Menyan masih terkendala dengan cara meningkatkan kapasitas produksi baik kualitas maupun kuantitas, kualitas sumber daya manusia dan juga strategi pemasaran yang dilakukan relatif masih sederhana sehingga berakibat pada target omzet penjualan tidak tercapai dan pada akhirnya berdampak pada profit bisnis yang diraih tidak maksimal. Menurut (Efendi et al., 2025) bahwa peningkatan kapasitas UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi dan keberlanjutan. Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sendiri memang merupakan bidang usaha yang sangat luas. Mulai dari pengembangan bisnis dari sektor kuliner, fashion, pendidikan, kesehatan, online shop, otomotif hingga produk kreatif (Baharsyah et al., 2023). UMKM masih menghadapi berbagai hambatan baik dari segi internal maupun eksternal yang menghambat pertumbuhan dan pengembangannya (Yolanda, 2024). Terdapat beberapa hambatan dalam pengembangan usaha kelompok mitra tersebut, diantaranya pengetahuan manajemen usaha yang kurang memadai, kurangnya literasi digital pemasaran, dan inovasi produk yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan ekologi. UMKM dan TP PKK Desa Gunung Menyan memerlukan dukungan dalam arah pengelolaan usaha yang lebih modern, efektif, efisien dan berkelanjutan. Kerangka ekonomi hijau merupakan pendekatan yang tepat untuk dilakukan, karena tidak hanya berfokus pada aspek penghasilan, tetapi juga pada stimulasi praktik bisnis yang sensitif terhadap lingkungan, sebagaimana (Novita Rahmawati & I. Ketut Bayangkara, 2024) yakni *Green economy* dapat menciptakan lapangan kerja baru di sektor-sektor ramah lingkungan. Kelompok UMKM perlu berbenah dalam pengelolaan bisnisnya.

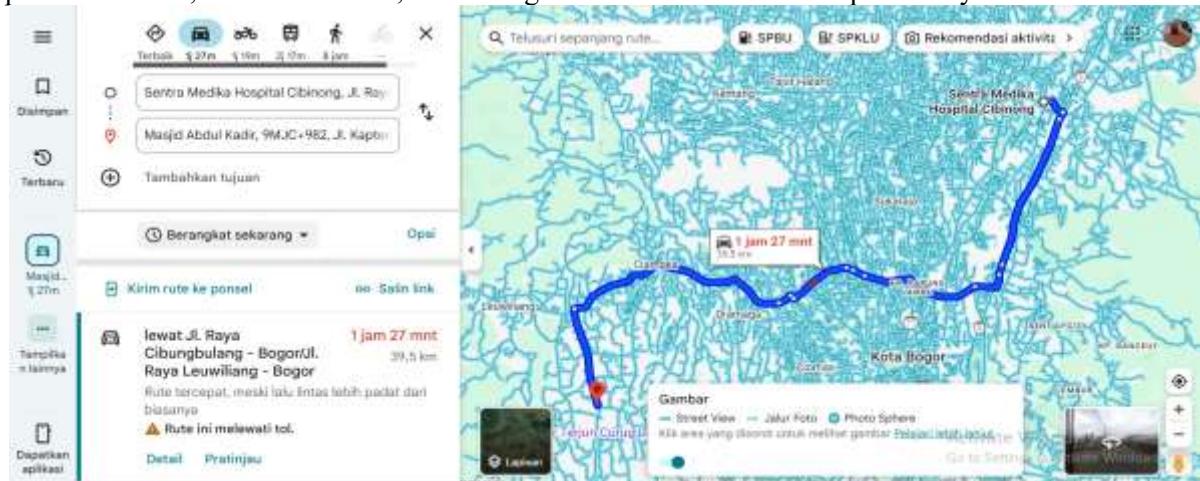
Mengadopsi inovasi produk ramah lingkungan dan memanfaatkan strategi pemasaran digital merupakan fitur penting. Pelatihan *digital marketing* dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pasar (Lukitasari et al., 2025), yang dapat membantu meningkatkan daya saing UMKM serta memperkuat peran TP PKK Desa Gunung Menyan dalam mendorong pemberdayaan pedesaan. Inovasi produk seperti yang disampaikan Dewanto dalam (Baharsyah & Nurhasan, 2023) menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru yang dilakukan organisasi bisnis, baik itu dari produk yang sudah ada maupun yang belum ada. Sedangkan Fadhillah dkk dalam (Ma'ruf et al., 2024) Inovasi produk mengacu pada kemajuan atau modifikasi apapun dalam produk, prosedur, teknologi maupun layanan yang menguntungkan konsumen. Sementara menurut Moreau et.al dalam (Fauzan et al., 2023) bahwa Inovasi produk dapat diartikan sebagai perbaikan atau perubahan pada produk yang telah ada sebelumnya atau melalui penciptaan produk baru yang benar-benar beda dengan produk sebelumnya. Pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan media digital dan internet untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada target audiens. Perkembangan teknologi infomasi telah memasuki pemasaran digital sebagai pasar utama dalam dunia bisnis (Az-Zahra & Sukmalengkawati, 2022). *Digital Marketing* saat ini banyak digunakan oleh masyarakat sebagai salah satu media yang mendukung dalam sebuah bisnis (Khairunisa & Dwi Novaria Misidawati, 2024). Pemasaran digital dapat dilakukan dengan berbagai taktik dan alat yang tersedia untuk membantu bisnis dalam pasar *online* (Khairunnisa, 2022).

Permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha kelompok mitra tersebut, diantaranya pengetahuan manajemen usaha yang kurang memadai, kurangnya literasi digital pemasaran, dan inovasi produk yang dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan ekologi. UMKM dan TP PKK Desa Gunung Menyan memerlukan dukungan dalam arah pengelolaan usaha yang lebih modern, efektif, efisien dan berkelanjutan. Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tim pengabdi dapat mengemukakan rumusan masalah yakni bagaimana program pemberdayaan masyarakat ini dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang manajemen usaha, literasi digital pemasaran, inovasi kemasan produk ramah lingkungan dan peningkatan kapasitas produksi yang lebih efektif, efisien dan berkelanjutan pada UMKM dan TP PKK Desa Gunung Menyan.

Urgensi program PM BEM untuk mendorong kelompok mitra guna meningkatkan kreatifitas dan inovasi guna mengembangkan usahanya, sehingga tercipta pemerataan dalam membangun ekonomi dari desa dan pemberantasan kemiskinan. Program ini menawarkan solusi melalui peningkatan literasi digital pemasaran, penguatan kemampuan usaha, dan inovasi produk berkelanjutan. Program pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk menciptakan kelompok UMKM dan PKK yang lebih mandiri, dan kompetitif. Hasil yang diharapkan meliputi peningkatan kemampuan manajemen usaha, partisipasi perempuan dalam pemberdayaan ekonomi keluarga, dan kegiatan ekonomi desa yang lebih akuntabel dalam hal keberlanjutan lingkungan.

II. MASALAH

Permasalahan prioritas utama yang dihadapi oleh mitra diantaranya adalah: 1) Masih rendahnya literasi terkait strategi pemasaran digital berbasis ekonomi hijau; 2) Minim pengetahuan tentang pentingnya inovasi produk yang ramah lingkungan; 3) Minim kreatifitas dan semangat dalam memajukan usaha; 4) Peralatan produksi masih sederhana dan tidak cukup ideal untuk menaikkan kapasitas produksi dengan jumlah yang lebih besar; 5) Minim literasi ekonomi dan inovasi produk berbasis ramah lingkungan; 6) Belum tersedianya alat bantu visual untuk membantu mereka menyusun peta ide inovasi, rantai nilai lokal, serta mengkomunikasikan inisiatif kepada masyarakat.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat

III. METODE

Metode pelaksanaan program tim pengabdian menggunakan metode pemberdayaan dengan pendekatan partisipatif (Muhammad Wifqi Aufal Maulana, 2024) yaitu mengidentifikasi aset dan potensi yang sudah ada di masyarakat dengan memberikan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya agar masyarakat mandiri. Sebagaimana (Efendi et al., 2021) yaitu dalam pelaksanaannya kelompok masyarakat yang menjadi sasaran langsung terlibat bersama pengabdi merencanakan pemberdayaan dalam bentuk mitra kerja. Metode ini melibatkan beberapa tahapan yang terstruktur, mulai dari pengumpulan data, perancangan luaran, hingga implementasi dan evaluasi hasil. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengembangan bisnis mitra (Hery Haryanto & Lie, 2025).



Gambar 2. Banner Program Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat

Dalam pelaksanaan program PM BEM 2025, tim pengabdian menggunakan metode pendekatan partisipatif yaitu mengidentifikasi aset dan potensi yang sudah ada di masyarakat dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan, agar masyarakat mandiri. Pelaksanaan terdiri atas lima tahapan, yaitu:



Gambar 3. Alur Pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat

1. Tahap Perencanaan (*Planning*): Identifikasi masalah untuk memahami kebutuhan dan potensi calon mitra, dilanjutkan dengan penyusunan program dan membuat proposal kegiatan yang relevan.
2. Tahap Persiapan (*Preparation*): Melakukan koordinasi dengan calon mitra serta pihak-pihak terkait dan menyiapkan logistik, alat mesin teknologi tepat guna untuk pelaksanaan program pemberdayaan.
3. Tahap Pelaksanaan (*Implementation*): Melaksanakan sosialisasi program memberikan pelatihan, penyuluhan, menyampaikan tujuan dan manfaat program.
4. Tahap Evaluasi (*Evaluation*): Melakukan penilaian terhadap pencapaian target produksi dan penjualan serta melakukan analisis, pemetaan terhadap kelebihan dan kekurangan program.
5. Tahap tindak lanjut dan Desiminasi (*Follow-up & Dissemination*): Melakukan upaya perbaikan berdasarkan hasil evaluasi dan memastikan program dapat berlanjut secara mandiri.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PM BEM diawali dengan pelaksanaan *pre test* dan *post test* kepada seluruh peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan TP PKK Desa Gunung Menyan. *Pre test* dan *post test* diberikan sebelum dan sesudah penyampaian materi dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal dan akhir peserta mengenai konsep ekonomi hijau, manajemen usaha, inovasi produk, kemasan ramah lingkungan, serta pemasaran digital. Instrumen yang digunakan berupa sejumlah pertanyaan tertulis sebagai dasar pemetaan pemahaman awal mitra. Kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi dan praktik langsung yang dilaksanakan secara tatap muka. Kegiatan ini dirancang interaktif agar peserta memperoleh pemahaman dan mampu mengaplikasikan materi sesuai dengan kondisi usaha masing-masing. Bentuk kegiatan yang dilaksanakan meliputi:

1. Ceramah/Presentasi Materi: Pemateri menyampaikan materi terkait penguatan kapasitas UMKM berbasis ekonomi hijau, yang meliputi peningkatan kesadaran usaha ramah lingkungan, inovasi produk, strategi pemasaran digital, serta pentingnya pengelolaan usaha yang berkelanjutan
2. Tanya Jawab: Peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan terkait materi. Ini bertujuan untuk memperjelas pemahaman peserta serta menjawab permasalahan yang dihadapi mitra dalam penerapan kemasan ramah lingkungan & pemasaran digital.
3. Diskusi dilakukan dengan membahas studi kasus dari usaha yang dijalankan oleh peserta. Mereka memperoleh masukan langsung dari pemateri dan peserta lainnya terkait pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan.

Materi yang disampaikan meliputi: (1) penerapan konsep ekonomi hijau pada UMKM; (2) manajemen usaha (3) inovasi produk dan kemasan ramah lingkungan; (4) strategi pemasaran digital; (5) pemanfaatan media sosial dan (6) pemilihan kanal digital sesuai untuk pemasaran produk UMKM.



Gambar 4. Sosialisasi Program Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat

Setelah seluruh rangkaian kegiatan penyampaian materi dan diskusi selesai, peserta mengikuti post-test sebagai tindak lanjut dari pre-test yang telah dilakukan sebelumnya. *Post-test* bertujuan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Kegiatan evaluasi ini diikuti oleh 20 orang peserta, UMKM dan 20 orang peserta TP PKK yang seluruhnya menyelesaikan *pre-test* dan *post-test* dengan instrumen soal yang sama, yaitu sebanyak 25 butir pertanyaan.



Gambar 5. Sosialisasi Program & Penyerahan Alat

Sesaat setelah tim pengabdian menyampaikan semua materi kegiatan, berikutnya adalah diberikan *Post-Test*, yang mana *Post-Test* ini merupakan tindak lanjut dari *Pre-Test* yang dilakukan sebelum pemberian materi. Adapun tujuan dari dilakukannya *Post-Test* yakni untuk menilai sejauh mana tingkat pengetahuan peserta atas materi yang disampaikan bisa diserap oleh peserta kegiatan. Hasil *Post-Test* ini bisa dijadikan sebagai indikator keberhasilan program yang dilakukan, sehingga tim pengabdian dapat menilai sejauhmana peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta kegiatan setelah mengikuti kegiatan ini. Sebanyak 20 orang peserta dari mitra 1 dan 20 orang peserta dari mitra 2 yang merupakan para pelaku usaha UMKM yang terdiri dari beragam jenis usaha, dan tim penggerak kader ibu ibu PKK desa Gunung Menyan yang menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan P BEM 2025 ini, semuanya telah menuntaskan kegiatan *Pre-Test* dan *Post-Test*. Tim pengabdian dalam kegiatan tersebut telah memberikan sebanyak 25 (dua puluh lima) soal dalam bentuk pertanyaan dan soal yang diberikan pada waktu *Pre-Test* sama dengan soal pada waktu *Post-Test*. Adapun hasil dari kedua kegiatan tersebut akan dibahas dan dibandingkan untuk diketahui hasil atau nilai akhir yang diperoleh para peserta.



Gambar 6. Kegiatan Uji *Pre-Test* dan *Post-Test* Peserta Kegiatan

Berikut adalah hasil nilai uji perbandingan antara *Pre-Test* dan *Post-Test* yang diraih oleh setiap peserta, terlihat dalam tabel 1 hasil nilai perbandingan *Pre-Test* dan *Post-Test* sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Nilai Perbandingan *Pre-Test* dan *Post-Test* Mitra 1 UMKM Desa Gunung Menyan

No Urut Peserta	Point <i>Pre-test</i>	Point <i>Post-test</i>	Peningkatan Persentase 100% : 25 = 4%
-----------------	-----------------------	------------------------	---------------------------------------

149

Peserta-1	12	17	20%
Peserta-2	9	20	44%
Peserta-3	13	20	28%
Peserta-4	15	23	32%
Peserta-5	12	14	8%
Peserta-6	10	21	44%
Peserta-7	9	15	24%
Peserta-8	14	25	44%
Peserta-9	15	25	40%
Peserta-10	11	20	36%
Peserta-11	15	22	28%
Peserta-12	15	24	36%
Peserta-13	16	21	20%
Peserta-14	14	25	44%
Peserta-15	12	15	12%
Peserta-16	11	17	24%
Peserta-17	14	23	36%
Peserta-18	14	25	44%
Peserta-19	11	15	16%
Peserta-20	15	21	24%

Sumber data PM BEM 2025

Berdasarkan diatas adanya perubahan perolehan nilai yang cukup bervariasi, nilai *Post Test* lebih besar dari nilai *Pre-Test*. Hal ini berarti materi bisa diterima dan dimengerti dengan baik oleh peserta. Secara umum peserta memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan setelah menerima materi. Lima peserta mendapatkan peningkatan pengetahuan yang cukup signifikan hingga mencapai 11 poin atau setara dengan 44% dibandingkan sebelum mengikuti kegiatan. Tim pengabdian menyimpulkan, kegiatan ini dapat menambah pengetahuan dan kemampuan mengenai manajemen usaha, produksi, pembukuan keuangan, dan pemasaran digital, dapat mendongkrak penjualan, menambah penghasilan dan menaikkan tarap hidup para pelaku usaha UMKM Desa Gunung Menyan.

Tabel 2. Hasil Nilai Perbandingan *Pre-Test* dan *Post-Test* Mitra 2 TP PKK Desa Gunung Menyan

No Urut Peserta	Point <i>Pre-test</i>	Point <i>Post-test</i>	Peningkatan Persentase 100% : 25 = 4%
Peserta-1	10	16	24%
Peserta-2	12	19	28%
Peserta-3	9	20	44%
Peserta-4	9	15	24%
Peserta-5	9	17	32%
Peserta-6	10	17	28%
Peserta-7	9	16	28%
Peserta-8	14	20	24%
Peserta-9	15	23	32%
Peserta-10	11	16	20%
Peserta-11	15	22	28%
Peserta-12	11	19	32%
Peserta-13	16	19	12%
Peserta-14	14	23	36%
Peserta-15	12	23	44%
Peserta-16	10	19	36%
Peserta-17	10	20	40%
Peserta-18	14	15	4%
Peserta-19	11	22	44%
Peserta-20	9	19	40%

Sumber data PM BEM 2025

Data diatas menunjukkan perubahan perolehan nilai yang cukup bervariasi, yang mana nilai *Post Test* lebih besar dari nilai *Pre-Test*. Hal ini berarti penyampaian materi bisa dimengerti dengan baik oleh peserta. Peserta memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan hingga mencapai 11 poin atau setara dengan 44% dibandingkan sebelum mengikuti kegiatan, maka disimpulkan bahwa kegiatan ini dapat menambah pengetahuan dan kemampuan mengenai manajemen usaha, produksi, pembukuan keuangan, dan pemasaran digital, dapat mendongkrak penjualan, menambah penghasilan dan menaikkan tarap hidup para pelaku usaha UMKM Desa Gunung Menyan.

V. KESIMPULAN

Kegiatan PM BEM di Desa Gunung Menyan terbukti mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kesiapan pelaku UMKM dan TP PKK dalam menerapkan prinsip ekonomi hijau, manajemen usaha, inovasi kemasan ramah lingkungan, dan strategi pemasaran digital. Hal ini ditunjukkan perbandingan hasil *post-test* dan *pre-test*, yang mencerminkan efektivitas metode sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang diterapkan. Selain peningkatan pemahaman, kegiatan ini juga mendorong perubahan sikap dan respon positif peserta dalam mengembangkan usaha yang lebih berkelanjutan dan berdaya saing. Mitra UMKM dan TP PKK memperoleh pemahaman teknis mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, penerapan kemasan ramah lingkungan untuk meningkatkan nilai tambah produk dan berperan sebagai mitra pendamping dalam mendukung penguatan ekonomi masyarakat desa.

Dengan demikian, kegiatan PM BEM ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kapasitas individu pelaku UMKM dan TP PKK, tetapi juga berkontribusi dalam membangun model pemberdayaan UMKM desa berbasis ekonomi hijau dan pemasaran digital yang berpotensi meningkatkan daya saing usaha, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat Desa Gunung Menyan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih setinggi-tingginya kepada KEMENDIKTI SAINTEK selaku pemberi dana hibah program PM BEM, Universitas Medika Suherman selaku penerima dana hibah, Pemerintahan Desa Gunung Menyan, UMKM dan TP PKK selaku penerima manfaat program dan kepada semua pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan Pemberdayaan Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiansyah, R. (2023). Modal Sosial sebagai Instrumen Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 41–51.
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 2008–2018.
- Baharsyah, S., & Nurhasan. (2023). Pengaruh Pemasaran Online Dan Inovasi Produk terhadap Penjualan pada UMKM Bidang Ritel di Desa Cileungsi – Bogor. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4614–4628.
- Baharsyah, S., Nurhasan, & Hasanudin. (2023). Pelatihan Manajemen Pemasaran untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Promosi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5636(3), 298–307.
- Efendi, M. Y., Kustiari, T., Sulandjari, K., Sifatu, W. O., Ginting, S., Arief, A. S., Rini Astuti, S., Saptaria, L., Setyawan, W. H., & Nurhidayah, R. E. (2021). Metode Pemberdayaan Masyarakat. In R. R. D. P. (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Cetakan Pe). Polije Press.
- Efendi, Wijaya, A., Julyanthry, Candra, V., & Sinaga, O. S. (2025). Penguatan Bisnis Digital dan Literasi Ekonomi Hijau untuk Pengembangan Bisnis UMKM Berkah Relief Pematangsiantar. *Room of Civil Society Development*, 4(4), 575–587. <https://doi.org/10.59110/rcsd.665>
- Fauzan, Mariatun, I. L., & Sholeh, Y. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada industri kecil menengah konveksi di Kecamatan Tanah Merah Kabupaten Bangkalan). *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 1–14.
- Hery Haryanto, & Lie, T. (2025). Implementasi E-Advertising: Pelatihan Wake House Untuk Meningkatkan Keterampilan Pemasaran Digital. *Masyarakat: Jurnal Pengabdian*, 1(1), 139–146.
- Khairunisa, A. N., & Dwi Novaria Misidawati. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 3(1), 184–190.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98.

<https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>

- Lukitasari, L., Frastiwi, R. N., Sari, A. W., Rafi, M., & Azhar, G. F. (2025). Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Panyirapan: Dari Pengumpulan Data Anak Sehat hingga Pemasaran Digital untuk UMKM. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 02(01), 263–266.
- Ma'ruf, N., Alfalyasyado, Purwidiani, W., & Irawan Randikaparsa. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 1314–1330.
- Muhammad Wifqi Aufal Maulana, F. N. (2024). Penerapan Sistem Informasi Rekrutmen Karyawan Sebagai Upaya Digitalisasi Proses SDM di CV King EV Kabupaten Kudus. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 380–392. <https://doi.org/10.58466/literasi>
- Novita Rahmawati, & I. Ketut Bayangkara. (2024). Peran Green Economy dalam Meningkatkan Aspek Kesejahteraan Sosial Masyarakat (Studi Literatur). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(3), 289–301. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i3.2758>
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>