


# Pemberdayaan Ekonomi Lokal melalui Sistem Promosi Pariwisata dan UMKM Berbasis Web Desa Sri Bintan

\*<sup>1)</sup>Adrian Maulana, <sup>2)</sup>Rido Ramadhan, <sup>3)</sup>Handicap, <sup>4)</sup>Muhammad Aditya Egi Dwinata, <sup>5)</sup>Faiz Arrafi, <sup>6)</sup>Shyndi Febrina Hutabalian, <sup>7)</sup>Riska Rahmadhani, <sup>8)</sup>Adelia Novrianti, <sup>9)</sup>Novita Safitri

<sup>1,6,7)</sup>Program Studi Teknik Elektro, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia  
<sup>2,3,4,5)</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia  
<sup>8,9)</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia  
Email Corresponding: [shyndifebrinahutabalian@gmail.com](mailto:shyndifebrinahutabalian@gmail.com)\*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Pemberdayaan ekonomi Pariwisata Umkm Sistem informasi Desa digital Website	Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar dalam meningkatkan promosi dan daya saing ekonomi desa. Desa Sri Bintan memiliki potensi pariwisata dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dapat dikembangkan, namun promosi yang dilakukan masih terbatas pada komunikasi melalui WhatsApp dan penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan potensi desa belum dikenal secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem promosi pariwisata dan UMKM berbasis web sebagai media informasi dan promosi terpusat guna mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Metode yang digunakan meliputi tahap identifikasi kebutuhan melalui wawancara dengan pelaku usaha, perancangan sistem, implementasi website, serta pengujian fungsional menggunakan metode blackbox testing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem yang dikembangkan mampu menampilkan informasi wisata dan UMKM secara terstruktur, mudah diakses, serta dapat dikelola oleh admin desa. Keberadaan website ini diharapkan dapat memperluas jangkauan promosi, meningkatkan visibilitas potensi desa, serta mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.
<b>Keywords:</b> Local economic empowerment tourism Msmes Information system Digital village Website	<b>ABSTRACT</b> The development of digital technology provides significant opportunities to enhance promotion and improve the economic competitiveness of rural areas. Sri Bintan Village has considerable potential in the tourism sector and Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, promotional activities are still limited to communication through WhatsApp and word-of-mouth marketing. This condition restricts market reach and prevents the village's potential from being widely recognized. This study aims to develop a web-based tourism and MSME promotion system as a centralized information and promotional platform to support local economic empowerment. The research method includes needs identification through interviews with business owners, system design, website implementation, and functional testing using the blackbox testing method. The results indicate that the developed system is capable of presenting tourism and MSME information in a structured and accessible manner and can be managed by the village administrator. The implementation of this website is expected to expand promotional reach, increase the visibility of village potential, and contribute to sustainable local economic growth. <p style="text-align: right;">This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC-BY-SA</a> license.</p> 

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini membawa perubahan besar dalam berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi. Menurut (Novianti et al., 2024), teknologi digital berperan penting dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui pemanfaatan sistem berbasis internet. Pemanfaatan media digital memungkinkan potensi desa dikenal lebih luas serta membuka peluang peningkatan pendapatan masyarakat. Hal ini juga diperkuat oleh (Imansyah et al., 2024) yang menyatakan bahwa media promosi digital mampu mendorong peningkatan penjualan produk desa secara lebih efektif dibandingkan metode konvensional. Transformasi digital tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga menciptakan efisiensi

dalam penyampaian informasi dan komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen (Rusdianan Rauf et al., 2024).

Di Indonesia, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pengembangan ekonomi nasional. Yolanda (2024) menjelaskan bahwa UMKM menjadi penggerak utama ekonomi karena mampu menyerap tenaga kerja dan memanfaatkan sumber daya lokal. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian daerah semakin meningkat ketika didukung oleh strategi pemasaran digital yang tepat (Layli et al., 2025). Selain itu, sektor pariwisata juga memiliki kontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. (Rania, 2025) menyatakan bahwa pariwisata dapat meningkatkan pemasaran produk lokal dan memperluas jangkauan pasar UMKM desa. Integrasi antara sektor pariwisata dan UMKM dinilai mampu menciptakan efek multiplier terhadap pertumbuhan ekonomi lokal (Pauzi, 2024).

Namun demikian, masih banyak desa yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam kegiatan promosi. (Wintana et al., 2025) menjelaskan bahwa keterbatasan pemanfaatan digital marketing menyebabkan produk UMKM kurang dikenal secara luas. Kurangnya infrastruktur digital dan literasi teknologi juga menjadi kendala utama dalam penerapan promosi berbasis web di tingkat desa (Irfan B & Anirwan, 2024). Kondisi serupa juga terjadi pada sektor pariwisata desa yang belum memiliki media promosi berbasis web yang terintegrasi, sehingga informasi wisata sering kali tersebar dan tidak terkelola secara sistematis (Arjun et al., 2025).

Di sisi lain, penggunaan website sebagai media promosi terbukti mampu mendukung pengembangan wisata berbasis digital. (Ardieansyah et al., 2023) menyatakan bahwa literasi digital masyarakat dapat mendukung promosi wisata berbasis web secara lebih efektif. Hal ini sejalan dengan penelitian (Ika Devi Perwitasari & Jodi Hendrawan, 2024) yang menunjukkan bahwa pembuatan website profil wisata desa dapat meningkatkan eksposur dan daya tarik wisata. Selain itu, (Ferdinand Maulana Za Fauzi et al., 2026) menjelaskan bahwa sistem informasi berbasis web dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan usaha. Website yang dirancang secara terstruktur mampu menjadi pusat informasi resmi yang meningkatkan kepercayaan konsumen (Haris et al., 2024).

Pengembangan sistem informasi berbasis web berperan penting dalam memperkuat identitas digital desa. Penelitian oleh Amali et al., (2025) menunjukkan bahwa desa yang memiliki platform digital resmi lebih mudah membangun citra dan branding wilayah, yang menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing di era ekonomi digital (Apriani & Wahdiniawati, 2024). Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi desa juga mendukung konsep desa digital yang berkelanjutan (Horisanto et al., 2025). Secara umum, penggunaan teknologi digital dalam promosi pariwisata dan UMKM terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi lokal, meskipun masih banyak desa yang belum memiliki sistem promosi yang terintegrasi dan mudah diakses. Oleh karena itu, pengembangan sistem promosi pariwisata dan UMKM berbasis web di Desa Sri Bintang menjadi langkah yang relevan untuk meningkatkan visibilitas potensi desa, memperluas jangkauan promosi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

## II. MASALAH

Desa Sri Bintang merupakan salah satu desa yang memiliki potensi di bidang pariwisata dan UMKM. Beberapa destinasi wisata serta produk lokal yang dihasilkan masyarakat memiliki peluang besar untuk dikembangkan dan dipromosikan secara lebih luas. Namun, berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha, promosi yang dilakukan masih terbatas karena sebagian besar pelaku UMKM dan pengelola wisata hanya memanfaatkan WhatsApp serta promosi dari mulut ke mulut sebagai media pemasaran. Informasi mengenai produk dan destinasi wisata juga belum terdokumentasi dalam satu media resmi yang dapat diakses secara luas oleh masyarakat, sehingga jangkauan promosi menjadi terbatas dan potensi desa belum dikenal secara optimal oleh calon konsumen maupun wisatawan dari luar daerah.

Selain itu, belum adanya website resmi desa yang secara khusus menampilkan informasi pariwisata dan UMKM menyebabkan informasi tersebar dan tidak terpusat. Kondisi ini menjadi salah satu hambatan dalam meningkatkan daya saing ekonomi lokal, terutama di era digital yang menuntut akses informasi secara cepat dan mudah.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan upaya pengembangan media promosi digital berbasis web yang dapat menjadi sarana informasi resmi dan terintegrasi bagi Desa Sri Bintang.

## III. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode pengembangan sistem berbasis web yang bertujuan untuk merancang dan membangun sistem promosi pariwisata dan UMKM di Desa Sri Bintan. Tahapan penelitian dilakukan secara sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan hingga pengujian sistem. Adapun tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut.

### Identifikasi Kebutuhan

Tahap identifikasi kebutuhan dilakukan melalui wawancara langsung dengan pemilik destinasi pariwisata dan pelaku UMKM di Desa Sri Bintan. Wawancara bertujuan untuk mengetahui kondisi promosi usaha yang selama ini dilakukan serta kendala yang mereka hadapi.

Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh informasi bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memiliki media promosi digital yang terstruktur. Promosi yang dilakukan masih terbatas pada penggunaan aplikasi WhatsApp dan penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Cara ini dinilai kurang efektif karena jangkauan promosi hanya terbatas pada lingkungan sekitar dan relasi pribadi. Informasi mengenai produk, harga, lokasi usaha, maupun daya tarik wisata belum terdokumentasi secara resmi dalam satu platform yang dapat diakses oleh masyarakat luas.

Keterbatasan tersebut menyebabkan potensi pariwisata dan UMKM Desa Sri Bintan belum dikenal secara optimal oleh calon pengunjung maupun konsumen dari luar daerah. Selain itu, tidak adanya media promosi terpusat juga menyulitkan masyarakat dalam memperoleh informasi yang lengkap dan terpercaya mengenai potensi desa.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu sistem promosi berbasis web yang dapat:

1. Menjadi media informasi resmi desa terkait pariwisata dan UMKM.
2. Menampilkan data usaha dan destinasi wisata secara lengkap dan terstruktur.
3. Memperluas jangkauan promosi di luar wilayah desa.
4. Dikelola secara terpusat agar informasi selalu diperbarui.

Hasil identifikasi kebutuhan ini menjadi dasar dalam proses perancangan dan pengembangan sistem promosi pariwisata dan UMKM berbasis web di Desa Sri Bintan.



Gambar 1. Survei Lokasi dan Wawancara UMKM



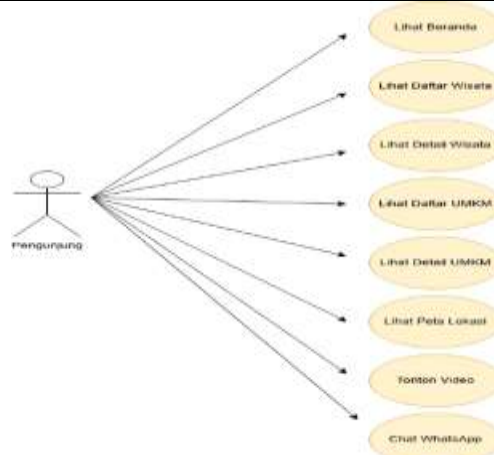
Gambar 2. Survei Lokasi Wisata

### Perancangan Sistem

Perancangan sistem dilakukan setelah tahap identifikasi kebutuhan selesai. Tahap ini bertujuan untuk menerjemahkan kebutuhan pengguna ke dalam bentuk rancangan sistem yang terstruktur sebelum dilakukan implementasi. Perancangan meliputi pembuatan use case diagram, struktur menu sistem, dan flowchart alur sistem.

#### Use Case Diagram

Use case diagram digunakan untuk menggambarkan interaksi antara pengguna (aktor) dengan sistem website promosi Desa Sri Bintan. Aktor utama dalam sistem ini adalah pengunjung (user) yang mengakses website untuk memperoleh informasi terkait pariwisata dan UMKM.



Gambar 3. Use Case Diagram

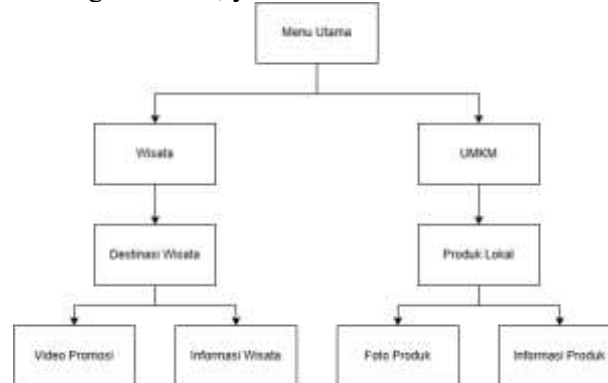
Fitur yang dapat diakses oleh pengunjung meliputi:

1. Melihat halaman beranda
2. Melihat daftar wisata
3. Melihat detail wisata
4. Melihat daftar UMKM
5. Melihat detail UMKM
6. Melihat peta lokasi
7. Menonton video promosi
8. Menghubungi pelaku usaha melalui WhatsApp

Diagram use case ini menunjukkan bahwa sistem dirancang dengan fokus pada kemudahan akses informasi bagi pengguna tanpa proses login.

### Struktur Menu Sistem

Struktur menu sistem dirancang untuk memudahkan navigasi pengguna dalam mengakses informasi. Menu utama dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu menu Wisata dan menu UMKM.



Gambar 4. Struktur Menu Sistem

Menu Wisata terdiri dari:

1. Destinasi wisata
2. Video promosi
3. Informasi wisata

Menu UMKM terdiri dari:

1. Produk lokal
2. Foto produk
3. Informasi produk

Pembagian menu ini bertujuan agar informasi tersusun secara sistematis dan memudahkan pengguna dalam menemukan data yang dibutuhkan.

## Flowchart Alur Sistem

Flowchart digunakan untuk menggambarkan alur kerja sistem dari sudut pandang pengguna. Proses dimulai ketika pengguna membuka website dan mengakses halaman beranda. Selanjutnya pengguna memilih menu yang tersedia, yaitu Wisata atau UMKM. Setelah memilih menu, sistem akan menampilkan deskripsi, foto, video, peta lokasi, serta tombol kontak WhatsApp. Pengguna kemudian dapat memilih untuk membuka Google Maps atau melakukan komunikasi langsung melalui WhatsApp. Proses berakhir setelah pengguna memperoleh informasi yang dibutuhkan.



Gambar 5. Flowchart Alur Sistem

Flowchart ini menunjukkan bahwa sistem dirancang dengan alur yang sederhana, langsung, dan mudah dipahami oleh pengguna.

## Implementasi Sistem

Tahap implementasi merupakan proses penerapan hasil perancangan sistem ke dalam bentuk website yang dapat diakses secara daring. Website promosi pariwisata dan UMKM Desa Sri Bintang dibangun menggunakan teknologi berbasis web, yaitu HTML, CSS, dan JavaScript untuk merancang tampilan dan interaktivitas halaman.

Sistem yang dikembangkan bersifat statis, di mana seluruh konten seperti informasi wisata, data UMKM, deskripsi, foto, video, dan tautan lokasi ditampilkan langsung pada halaman website tanpa menggunakan basis data. Pengelolaan konten dilakukan melalui pengeditan file website secara langsung.

Implementasi sistem mencakup beberapa halaman utama, yaitu:

1. Halaman Beranda  
Menampilkan informasi umum tentang Desa Sri Bintang serta pengantar mengenai potensi pariwisata dan UMKM.
2. Halaman Wisata  
Menyajikan daftar destinasi wisata lengkap dengan deskripsi, foto, video promosi, serta tautan peta lokasi yang terintegrasi dengan Google Maps.
3. Halaman UMKM  
Menampilkan daftar produk lokal beserta informasi usaha dan tombol kontak WhatsApp untuk memudahkan komunikasi langsung dengan pelaku usaha.
4. Fitur Navigasi Menu  
Sistem dirancang dengan struktur menu yang sederhana agar pengguna dapat dengan mudah berpindah antar halaman.

Website kemudian dihosting sehingga dapat diakses oleh masyarakat secara online. Desain tampilan dibuat responsif agar dapat dibuka melalui perangkat komputer maupun smartphone. Dengan implementasi ini, Desa Sri Bintang kini memiliki media promosi digital yang terpusat, yang sebelumnya belum tersedia dan hanya mengandalkan promosi melalui WhatsApp dan komunikasi dari mulut ke mulut.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Website promosi pariwisata dan UMKM Desa Sri Bintang telah berhasil dikembangkan dan dapat diakses secara online. Website ini menampilkan informasi profil desa, daftar destinasi wisata, serta data UMKM

beserta produk yang ditawarkan. Informasi disusun secara terstruktur sehingga memudahkan pengunjung dalam mencari data yang dibutuhkan.

**Pengujian Sistem**

Setelah website selesai dikembangkan, dilakukan pengujian sistem untuk memastikan seluruh fitur berjalan sesuai dengan fungsi yang dirancang. Pengujian dilakukan menggunakan metode blackbox testing, yaitu pengujian berdasarkan fungsi tanpa melihat struktur kode program.

Tabel 1. Hasil Pengujian

No	Fitur	Langkah Uji	Hasil yang Diharapkan	Hasil Uji	Status
1.	Tampilan Halaman Utama	Buka URL	Homepage tampil dengan benar	Homepage tampil	✓
2.	Menu Wisata	Klik menu wisata	Daftar wisata muncul	Sesuai	✓
3.	Menu UMKM	Klik menu UMKM	Daftar UMKM muncul	Sesuai	✓
4.	Menu Google Maps	Klik menu Google Mpas	Google Maps mengarahkan langung ke koordinat	Sesuai	✓
5.	Menu Whatsapp	Klik menu Whatsapp	Langsung Masuk ke dalam Whatsapp	Sesuai	✓

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh menu navigasi dapat diakses dengan baik. Halaman wisata dan UMKM berhasil menampilkan deskripsi, foto, serta informasi kontak secara lengkap. Tautan menuju WhatsApp berfungsi dengan benar dan mampu mengarahkan pengguna langsung ke nomor pelaku usaha. Selain itu, tautan peta lokasi juga berhasil membuka Google Maps sesuai dengan titik lokasi yang dipilih.

Pengujian juga dilakukan pada perangkat yang berbeda, yaitu laptop dan smartphone. Hasilnya menunjukkan bahwa tampilan website responsif dan dapat menyesuaikan ukuran layar perangkat yang digunakan. Navigasi tetap mudah digunakan dan seluruh elemen halaman dapat ditampilkan dengan baik.



Gambar 6. Pengujian Google Maps



Gambar 7. Pengujian Whatsapp



Gambar 8. Pengujian Fitur dari HP



Gambar 9. Pengujian Fitur dari Dekstop

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh fitur utama pada website dapat berjalan sesuai dengan fungsi yang dirancang. Menu navigasi, halaman wisata, dan halaman UMKM berhasil menampilkan informasi dengan baik. Tautan menuju WhatsApp dan Google Maps juga berfungsi dengan benar dan mengarahkan pengguna ke halaman tujuan.

Pengujian pada perangkat laptop dan smartphone menunjukkan bahwa tampilan website responsif dan dapat diakses tanpa kendala. Dengan demikian, sistem telah memenuhi kebutuhan sebagai media promosi digital bagi pariwisata dan UMKM Desa Sri Bintan.

### **Pembahasan**

Jika dibandingkan dengan kondisi sebelumnya, di mana promosi hanya dilakukan melalui WhatsApp dan dari mulut ke mulut, keberadaan website ini memberikan perubahan yang cukup signifikan. Informasi yang sebelumnya terbatas kini dapat diakses secara lebih luas dan tidak bergantung pada komunikasi pribadi.

Website ini menjadi langkah awal dalam mendukung pemberdayaan ekonomi lokal Desa Sri Bintan. Meskipun sistem yang dikembangkan masih sederhana dan belum menggunakan basis data, fungsi utamanya sebagai media promosi telah berjalan dengan baik. Ke depan, sistem ini masih dapat dikembangkan agar lebih dinamis dan mempermudah pembaruan informasi.

## **V. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui pengembangan sistem promosi pariwisata dan UMKM berbasis web di Desa Sri Bintan menunjukkan hasil yang positif dalam mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Website yang dibuat mampu menjadi media promosi digital yang sebelumnya belum dimiliki oleh desa. Informasi mengenai destinasi wisata dan produk UMKM kini dapat diakses secara lebih luas dan terstruktur dibandingkan sebelumnya yang hanya mengandalkan WhatsApp dan promosi dari mulut ke mulut. Keberadaan website ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi terkait potensi desa, serta mempermudah pelaku usaha dalam memperkenalkan produk dan jasanya. Fitur seperti tampilan deskripsi usaha, foto produk, serta tombol kontak WhatsApp membantu mempercepat komunikasi antara pelaku usaha dan calon konsumen.

Respon dari pelaku UMKM dan pengelola wisata menunjukkan penerimaan yang baik terhadap sistem yang dikembangkan. Website dinilai membantu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan visibilitas usaha mereka. Hal ini menjadi indikator bahwa masyarakat siap memanfaatkan media digital sebagai sarana pendukung kegiatan ekonomi. Secara keseluruhan, sistem promosi berbasis web ini dapat dipandang sebagai langkah awal dalam mendukung transformasi digital desa. Meskipun masih bersifat sederhana, website ini telah mampu menjadi media promosi resmi yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan pengembangan lebih lanjut, sistem ini berpotensi memberikan dampak yang lebih besar terhadap peningkatan daya saing pariwisata dan UMKM Desa Sri Bintan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Sri Bintan, pelaku UMKM, serta pengelola wisata yang telah memberikan izin, data, dan partisipasi aktif selama proses observasi, perancangan, hingga implementasi website. Dukungan dan kerja sama yang diberikan sangat membantu dalam keberhasilan kegiatan ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amali, L. N., Katili, M. R., & Amali, L. M. (2025). Membangun Desa Digital: Implementasi Sistem Informasi Administrasi Berbasis Website di Desa Toluwaya. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 14(1), 15–25. <https://doi.org/10.37905/sibermas.v14i1.31607>
- Apriani, A., & Wahdiniawati, S. A. (2024). Branding Produk UMKM Desa Cogreg Melalui Aplikasi Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan*, 2(3), 94–101. <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v2i3.594>
- Ardieansyah, A., Ilham, R., Rotzami, R., Asmungi, A., Ricola, D. A., Alifkah, M. H., & Ramadhan, A. B. (2023). Pendampingan Masyarakat Nagari Tiku Selatan Dalam Penggunaan Literasi Digital Untuk Mendukung Wisata Berbasis Web Di Provinsi Sumatera Barat. *TRANSFORMASI : JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT*, 3(3), 272. <https://doi.org/10.31764/transformasi.v3i3.20628>
- Arjun, Rosdianah, Perdana, A. L., & Darti Akhsa, A. C. (2025). Rancang bangun sistem informasi pariwisata berbasis web sebagai media promosi di kecamatan lambu. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 2(2), 259–267. <https://doi.org/10.71466/jiktif.v2i2.82>
- Ferdinand Maulana Za Fauzi, Muhamad Rizky Firdaus, Pitri Nursiyah, & Rian Piarna. (2026). PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI BERBASIS WEB DI UMKM SAGALA LADA UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI OPERASIONAL. *Jurnal Rekayasa Sistem Informasi Dan Teknologi*, 3(3), 458–471. <https://doi.org/10.70248/jrsit.v3i3.3305>
- Haris, A., Sipayung, M. I. A., Harahap, F. S., Sitakar, T. A., Siregar, R. A., & Sulindawaty, S. (2024). Efektivitas Website

- Ecommerce Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Motor Bekas. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 215–220. <https://doi.org/10.47233/jpmittc.v3i2.2326>
- Horisanto, A., Metusalach, M., Zainuddin, E. N., Wijayanti, W., Pamungkas, I. W., Agustin, V., & Jannah, S. R. (2025). Pengaruh Preparasi Sampel, Lama Ekstraksi, dan Presipitan Terhadap Karakteristik Karaginan yang Diekstraksi dari *Kappaphycus alvarezii*. *Torani Journal of Fisheries and Marine Science*, 8(2), 1–15. <https://doi.org/10.35911/torani.v8i2.43915>
- Ika Devi Perwitasari, & Jodi Hendrawan. (2024). Program KKNT di Desa Belinteng: Pembuatan Website Profil Wisata Sebagai Upaya Meningkatkan Ekowisata Desa. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 3(1), 269–275. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v3i1.168>
- Imansyah, F., Sujana, I., Arsyad, M. I., Gianto, R., Pontia, T., Kurnianto, R., & Pragestu, S. (2024). MENDORONG PEREKONOMIAN DESA: MEDIA PROMOSI DIGITAL SEBAGAI PENDORONG PENJUALAN PRODUK STICK UDANG KELOMPOK MENTARI DESA SUNGAI KUPAH. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 2229–2240. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1647>
- Irfan B, & Anirwan, A. (2024). Explorasi Implementasi Digitalisasi Desa: Studi Literatur. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.51577/ijpublication.v5i1.546>
- Layli, A., Fitri, K., & Hendra, J. (2025). Strategi Pemasaran Menggunakan Media Sosial Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Melalui UMKM di Era Digital. *Journal of Business Inflation Management and Accounting*, 2(1), 207–214. <https://doi.org/10.57235/bima.v2i1.4762>
- Novianti, H., Rifai, A., Primartha, R., Hardiyanti, D. Y., & Kurniati, J. (2024). TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA SUNGAI REBO. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Komputer*, 1(2), 41–46. <https://doi.org/10.59407/jpmik.v1i2.655>
- Pauzi, P. (2024). Pendekatan Strategis Untuk Pengembangan UMKM Pada Destinasi Wisata. *Economica Insight*, 1(1), 25–30. <https://doi.org/10.71094/ecoin.v1i1.32>
- Rania, S. (2025). Peran Pariwisata dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Lokal: Studi pada UMKM di Desa Kute Lombok Tengah. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 3(7), 231–239. <https://doi.org/10.55681/armada.v3i7.1680>
- Rusdian Rauf, Syam, A., & Randy, M. F. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 7(1), 95–102. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v7i1.594>
- Wintana, D., Suhada, S., Bahri, S., & Gunawan, G. (2025). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk UMKM dengan Platform E-Commerce di Desa Cikeruh Jatinangor. *Jurnal Abdimas Teknologi Informatika Dan Komputer*, 1(2), 103–109. <https://doi.org/10.31294/jatik.v1i2.4858>
- 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>