



Pelatihan Bisnis Digital Dan Teknologi Produksi Bagi Masyarakat Pekon Mataram Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung

**Fauzi Ibrahim^{1✉}, Novia Utami Putri², Agus Apriyanto³, Adam Wisnu Murti⁴,
Dian Pratiwi⁵, Wahyu⁶**

^{1,2,3,4,5,6}Politeknik Negeri Lampung, Lampung, Indonesia

✉Corresponding Address: fauziibrahim@polinela.ac.id

<i>Received</i> 26-03-2025	<i>Revised</i> 15-04-2025	<i>Accepted</i> 25-04-2025
-------------------------------	------------------------------	-------------------------------

ABSTRAK

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilatarbelakangi oleh permasalahan rendahnya pemanfaatan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro di Desa Mataram, Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu. Masyarakat desa sebagian besar bergantung pada sektor pertanian dan usaha mikro, namun keterbatasan dalam akses teknologi, literasi keuangan, dan strategi pemasaran digital menyebabkan rendahnya daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas. Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Desa Mataram pada tanggal 31 Desember 2024 dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan yang terintegrasi. Pelatihan mencakup tiga aspek utama, yaitu pelatihan teknologi produksi (penggunaan alat pengering dan pengemasan vakum), pelatihan manajemen usaha (literasi keuangan dan penyusunan rencana bisnis), serta pelatihan pemasaran digital (penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan branding produk). Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat mitra dalam mengadopsi teknologi dan strategi bisnis modern. Evaluasi menggunakan kuesioner menunjukkan peningkatan pemahaman hingga 80 persen setelah pelatihan. Program ini diharapkan mampu membangun ekosistem usaha berbasis digital yang mandiri dan berkelanjutan di desa, mendukung visi *Smart Village*.

Kata kunci: Bisnis Digital; Teknologi Produksi; UMKM; Pemberdayaan Masyarakat; *Smart Village*

ABSTRACT

This Community Service Program aims to enhance the economic competitiveness of the residents of Mataram Village, Gading Rejo District, Pringsewu Regency, through training in digital business and production technology. The main challenge faced by local micro, small, and medium enterprises is the limited adoption of technology in production and marketing processes, which hinders their ability to compete in broader markets. The program was conducted at the Mataram Village Hall on December 31, 2024, and included comprehensive training in three key areas: production technology (such as using dryers and vacuum packaging machines), business management (financial literacy and business planning), and digital marketing (social media utilization, e-commerce, and product branding). The results show significant improvements in participants' understanding and skills in adopting digital technology and modern business practices. Evaluation using pre- and post-training questionnaires indicated an 80 percent increase in knowledge. This program is expected to contribute to the development of a self-sufficient and sustainable local economy, aligned with the Smart Village vision.

PENDAHULUAN

Desa Mataram yang terletak di Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi berbasis pertanian serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagian besar masyarakatnya menggantungkan mata pencaharian pada sektor pertanian, peternakan, dan pengolahan hasil bumi. Namun demikian, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal. Permasalahan utama yang dihadapi adalah masih rendahnya pemanfaatan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran, lemahnya manajemen usaha, serta terbatasnya pemahaman terkait strategi digitalisasi bisnis (Fanreza & Shilvana, 2021; Nugrahaningsih et al., 2021; Yulia & Zuhriyah, 2022).

UMKM setempat sebagian besar masih menggunakan metode produksi manual dengan alat yang terbatas, tanpa adanya diversifikasi produk, sehingga kualitas dan daya saing produk menjadi rendah. Selain itu, pencatatan keuangan belum dilakukan secara sistematis dan belum terdapat perencanaan bisnis jangka panjang yang dapat menjamin keberlanjutan usaha. Dalam hal pemasaran, masyarakat masih mengandalkan cara konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara maksimal, termasuk belum adanya branding produk yang kuat untuk menarik konsumen. Situasi ini berdampak pada rendahnya daya saing produk lokal dan terbatasnya akses pasar yang berujung pada rendahnya pendapatan masyarakat (Akmaludin et al., 2021; Arianto & Rani, 2024; Juniawan et al., 2023).

Melihat kondisi tersebut, perlu adanya intervensi dalam bentuk pelatihan dan pendampingan secara terintegrasi untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola usaha berbasis teknologi modern. Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk melalui pelatihan teknologi produksi, memperkuat manajemen usaha dengan pelatihan pencatatan keuangan dan perencanaan bisnis, serta mengoptimalkan pemasaran digital melalui pelatihan penggunaan media sosial, platform *e-commerce*, dan pengembangan branding serta etalase digital desa. Dengan pendekatan yang komprehensif dan berbasis pada konsep *Smart Village*, diharapkan masyarakat Desa Mataram dapat lebih mandiri secara ekonomi dan mampu bersaing di era digital yang semakin kompetitif.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Balai Pekon Mataram, Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu, pada tanggal 31 Desember 2024. Kegiatan ini diikuti oleh para pelaku UMKM lokal, perangkat desa, dan masyarakat umum yang memiliki usaha berbasis hasil pertanian serta produk olahan rumah tangga. Pendekatan yang digunakan mencakup penyuluhan sebagai bentuk pendidikan masyarakat, difusi IPTEK, pelatihan langsung, advokasi dan pendampingan intensif, serta mediasi dan kolaborasi eksternal (Fatmawati et al.,

2024; Mistriani et al., 2021). Kombinasi metode ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas masyarakat secara menyeluruh, mulai dari aspek produksi, manajemen usaha, hingga pemasaran digital (M. Ayu et al., 2020; Sari et al., 2021; Werthi et al., 2021).

Pendidikan Masyarakat

Pendidikan masyarakat dilaksanakan melalui kegiatan penyuluhan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya digitalisasi usaha (Fanreza & Shilvana, 2021; Juniawan et al., 2023; Nugrahaningsih et al., 2021). Materi penyuluhan mencakup pentingnya digitalisasi dalam pemasaran produk lokal, strategi pemasaran berbasis media sosial dan *e-commerce*, serta manajemen usaha yang efisien. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk seminar interaktif yang melibatkan diskusi antara peserta, pelaku usaha, dan tim narasumber. Evaluasi penyuluhan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta, sebagaimana terlihat dalam hasil *pre-test* dan *post-test*.

Difusi IPTEK

Difusi IPTEK adalah proses penyebaran dan pengadopsian teknologi baru di masyarakat ke dalam perekonomian (P. G. A. I. Ayu et al., 2024). Dalam kegiatan ini, difusi IPTEK dilakukan dengan memperkenalkan teknologi produksi sederhana seperti mesin pengering dan alat pengemasan vakum, serta penggunaan sistem pencatatan keuangan digital sederhana. Masyarakat juga dikenalkan dengan *website* desa sebagai etalase digital untuk memasarkan produk lokal. Semua teknologi ini diperkenalkan melalui demonstrasi langsung dan simulasi penggunaan di lokasi pelatihan.

Pelatihan Langsung

Pelatihan teknis dilakukan secara langsung dan menyasar pada keterampilan praktis yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM. Materi pelatihan meliputi diversifikasi produk berbasis bahan baku lokal, pencatatan keuangan sederhana, penyusunan rencana bisnis, dan strategi pemasaran digital. Peserta juga dilatih membuat akun bisnis di media sosial dan marketplace serta membuat konten promosi digital. Seluruh sesi pelatihan dilakukan dengan pendekatan praktik langsung dan simulasi aktivitas bisnis harian agar peserta dapat memahami dan menerapkan materi dengan lebih baik (Akmaludin et al., 2021; Arsyad et al., 2023; Kusumawardhani et al., 2020; Yulia & Zuhriyah, 2022).

Advokasi dan Pendampingan

Advokasi dan pendampingan diberikan secara intensif kepada peserta program melalui kunjungan lapangan dan sesi konsultasi daring maupun luring (Erawan et al., 2023; Sukmasetya et al., 2020). Tim pengabdian melakukan monitoring berkala untuk mengevaluasi penerapan teknologi dan strategi bisnis yang telah diajarkan. Masyarakat juga dibimbing dalam menyusun rencana bisnis sederhana serta dalam upaya meningkatkan branding produk. Istilah “advokasi” di sini merujuk pada

keterlibatan tim dalam memberikan arahan dan solusi saat peserta menghadapi hambatan dalam implementasi kegiatan usaha mereka.

Mediasi dan Kolaborasi

Mediasi dan kolaborasi dijalankan dengan melibatkan perangkat desa serta menjalin komunikasi dengan *platform e-commerce* sebagai mitra distribusi produk lokal (Arianto & Rani, 2024; Susanti et al., 2023). Meskipun kerja sama dengan pihak permodalan dan pemerintah daerah telah direncanakan, namun dalam pelaksanaan program ini, dukungan tersebut masih dalam tahap penjajakan dan belum terealisasi sepenuhnya. Bagian ini akan menjadi fokus pengembangan program lanjutan ke depan.



Gambar 1. Tahapan Utama Kegiatan

Berdasarkan Gambar 1. tahapan pelaksanaan program ini terdiri dari tiga tahap utama. Pertama, analisis kebutuhan masyarakat dilakukan melalui survei awal untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan keterampilan. Kedua, pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan dilakukan secara langsung di Balai Pekon Mataram, disertai demonstrasi dan praktik yang melibatkan masyarakat secara aktif. Ketiga, evaluasi dan monitoring dilakukan melalui pengukuran capaian indikator program seperti peningkatan jumlah produksi, penjualan, keterampilan peserta, serta kepuasan mitra. Forum diskusi juga diadakan sebagai sarana penyempurnaan dan refleksi terhadap hasil program. Dengan pendekatan yang menyeluruh dan terukur ini, diharapkan masyarakat Desa Mataram dapat meningkatkan kapasitas usaha secara berkelanjutan, memperluas jangkauan pasar, serta menjadi lebih mandiri secara ekonomi dalam jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini telah dilaksanakan selama enam bulan di Desa Mataram, Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu. Hasil kegiatan ini dibagi ke dalam tiga aspek utama, yaitu peningkatan kapasitas produksi, peningkatan manajemen usaha, dan optimalisasi pemasaran digital. Sebelum pelaksanaan program, masyarakat mitra masih menggunakan metode produksi tradisional dengan keterbatasan alat dan teknologi. Namun, setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, terjadi peningkatan yang signifikan dalam kapasitas dan kualitas produksi. Sebanyak 10 pelaku usaha berhasil mengadopsi teknologi baru, seperti penggunaan alat pengering dan mesin pengemasan vakum, yang turut mendukung peningkatan efisiensi produksi hingga 30% jika dibandingkan dengan kondisi sebelum pelatihan. Selain itu, program ini juga mendorong diversifikasi produk lokal melalui pengembangan lima jenis produk baru yang berbasis bahan baku

lokal, seperti olahan singkong dan hasil pertanian lainnya. Berikut dokumentasi pelaksanaan pelatihan teknologi produksi. Dokumentasi pelaksanaan pelatihan teknologi produksi disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan Teknologi Produksi bagi Masyarakat

Pelaku UMKM di Desa Mataram sebelumnya menghadapi kesulitan dalam mengelola usaha secara efektif, khususnya dalam hal pencatatan keuangan dan perencanaan strategi bisnis jangka panjang. Melalui pelatihan literasi keuangan dan penyusunan rencana bisnis yang diberikan, terjadi perubahan yang cukup signifikan dalam pengelolaan usaha para pelaku UMKM. Sebanyak 15 pelaku usaha kini telah memiliki pencatatan keuangan yang lebih terstruktur dengan menggunakan sistem pencatatan sederhana berbasis digital. Selain itu, 10 pelaku usaha berhasil menyusun rencana bisnis jangka panjang yang mencakup strategi pengembangan usaha serta target pemasaran yang lebih jelas. Tak hanya itu, sekitar 80% pelaku usaha juga telah menerapkan SOP (*Standard Operating Procedure*) dalam operasional sehari-hari mereka, yang secara nyata membantu meningkatkan efisiensi dan profesionalisme dalam menjalankan bisnis. Dokumentasi kegiatan pelatihan manajemen usaha disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Pelatihan Manajemen Usaha dan Literasi Keuangan

Sebelum program ini dilaksanakan, cara memasarkan produk masih dilakukan secara tradisional dan hanya menjangkau pasar yang terbatas. Setelah para pelaku usaha mendapatkan pelatihan tentang pemasaran digital, mereka mulai merasakan manfaat yang besar dalam memperluas pasar melalui *platform online*. Saat ini, ada 20 pelaku usaha yang sudah menggunakan media sosial dan *e-commerce* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Instagram* untuk mempromosikan produk mereka. Sebanyak 15 UMKM juga sudah memiliki konten promosi digital yang lebih menarik dan terlihat lebih profesional. Selain itu, lima produk unggulan desa telah memiliki merek (*branding*) dan kemasan yang lebih menarik, sehingga bisa bersaing lebih baik di pasaran. Untuk mendukung promosi, website desa juga sudah dikembangkan dan digunakan sebagai etalase digital agar produk UMKM bisa ditampilkan dengan lebih rapi dan mudah dilihat oleh calon pembeli. Berikut adalah dokumentasi kegiatan pelatihan pemasaran digital yang telah dilakukan.



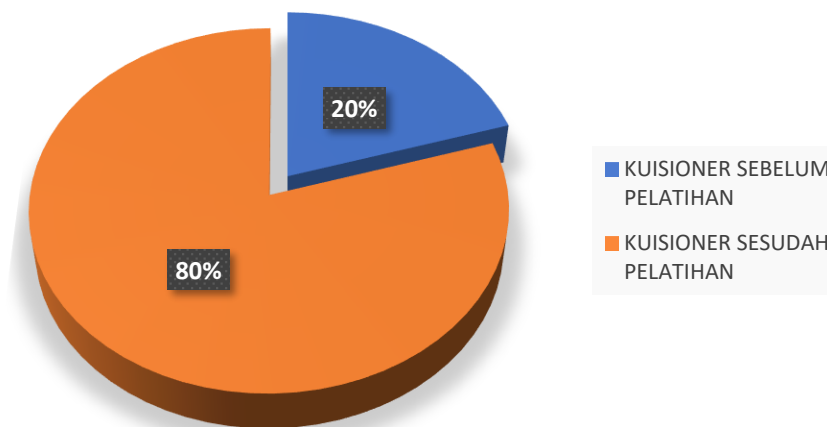
Gambar 4. Pelatihan Pemasaran Digital dan Penggunaan Media Sosial

Program ini berhasil memberikan solusi terhadap permasalahan utama yang dihadapi masyarakat, yaitu keterbatasan teknologi produksi, kurangnya keterampilan dalam manajemen usaha, serta rendahnya pemanfaatan pemasaran digital. Pelaksanaan program dilakukan melalui kombinasi pendekatan seperti pendidikan masyarakat, pelatihan, difusi IPTEK, dan advokasi, yang terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas mitra usaha. Beberapa langkah implementasi yang telah dilakukan antara lain adalah pendekatan berbasis teknologi produksi yang mampu meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi, pelatihan manajemen usaha yang mendorong para mitra untuk lebih tertib dalam pencatatan keuangan serta perencanaan bisnis, dan penerapan pemasaran digital melalui media sosial dan *e-commerce* yang membantu memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pendampingan secara berkelanjutan juga dilakukan untuk memastikan keterampilan yang telah diajarkan dapat diterapkan dengan baik dan konsisten oleh masyarakat mitra. Indikator keberhasilan program ini dapat dilihat dari peningkatan kemampuan dan keterampilan mitra dalam tiga aspek utama yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator keberhasilan program

Aspek	Sebelum Program	Setelah Program
Teknologi Produksi	Masih menggunakan metode tradisional	Menggunakan alat pengering dan pengemasan vakum
Manajemen Usaha	Tidak memiliki pencatatan keuangan	80% mitra telah menerapkan pencatatan digital
Pemasaran Digital	Pemasaran masih konvensional dan terbatas secara lokal	20 UMKM telah aktif di platform digital
Branding Produk	Produk belum memiliki identitas merek yang kuat	5 produk unggulan telah memiliki branding yang baik

Hasil evaluasi menggunakan kuesioner *pretest-posttest* disajikan pada Gambar 5.

**Gambar 5.** Hasil Evaluasi Pelatihan Bisnis Digital dan Teknologi Produksi

Pelaksanaan program di Desa Mataram didukung oleh beberapa faktor pendorong yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilannya. Antusiasme dan keterlibatan aktif masyarakat dalam mengikuti pelatihan serta praktik langsung menjadi kekuatan utama dalam mendorong keberhasilan program. Selain itu, dukungan dari perangkat desa juga sangat membantu dalam kelancaran pelaksanaan berbagai kegiatan. Ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah turut memperkuat proses produksi dan mendorong diversifikasi produk yang lebih variatif dan bernilai jual. Namun, di sisi lain, terdapat beberapa faktor penghambat yang perlu diperhatikan. Salah satu kendala utama adalah kurangnya akses terhadap peralatan produksi yang lebih modern, sehingga beberapa mitra usaha masih kesulitan dalam meningkatkan kapasitas produksi mereka. Selain itu, tantangan dalam literasi digital juga menjadi hambatan, terutama bagi pelaku usaha yang belum terbiasa menggunakan teknologi untuk pemasaran. Masalah infrastruktur internet yang belum merata di seluruh wilayah desa turut menghambat optimalisasi pemasaran digital yang telah diperkenalkan.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, dilakukan pendekatan melalui pendampingan yang lebih intensif serta koordinasi dengan pihak-pihak terkait guna meningkatkan infrastruktur dan memperluas akses terhadap peralatan produksi yang lebih baik. Berdasarkan hasil yang diperoleh, program ini terbukti berhasil

meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Mataram dalam mengadopsi teknologi produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Sebanyak 80% peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, digitalisasi pemasaran dan penguatan branding produk telah membuka peluang pasar yang lebih luas bagi pelaku UMKM, sehingga mereka dapat lebih bersaing dan berkembang di era digital saat ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Mataram, Kecamatan Gading Rejo, Kabupaten Pringsewu, berhasil meningkatkan kapasitas produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital pelaku UMKM. Pelatihan teknologi produksi dan diversifikasi produk mendorong efisiensi serta peningkatan kualitas dan daya saing produk lokal. Pelaku UMKM juga memperoleh pemahaman lebih baik mengenai manajemen keuangan dan strategi bisnis melalui pelatihan manajemen usaha. Sementara itu, pelatihan pemasaran digital memungkinkan masyarakat memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* untuk memperluas pasar. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman sebesar 80% serta pertumbuhan signifikan dalam produksi dan penjualan, didukung oleh antusiasme masyarakat dan perangkat desa.

Untuk keberlanjutan program, diperlukan pendampingan jangka panjang guna memastikan implementasi teknologi dan strategi pemasaran dapat berjalan optimal. Akses terhadap peralatan produksi modern serta infrastruktur digital desa perlu ditingkatkan agar UMKM mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih luas. Dukungan berkelanjutan dari pemerintah, akademisi, dan sektor swasta sangat penting untuk menciptakan ekosistem usaha yang mandiri dan berdaya saing, sehingga Desa Mataram dapat berkembang menjadi desa digital yang kuat dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Lampung dan PT. Bukit Asam, Tbk. Unit Pelabuhan Tarahan atas dukungan dan pendanaan yang memungkinkan terlaksananya program Pengabdian kepada Masyarakat ini. Apresiasi juga kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Mataram serta para pelaku UMKM dan masyarakat yang telah berpartisipasi aktif. Terima kasih kepada seluruh tim pelaksana, mahasiswa, dan semua pihak yang turut berkontribusi. Kami berharap program ini memberikan manfaat jangka panjang bagi pengembangan usaha digital dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Mataram.

DAFTAR PUSTAKA

Akmaludin, A., Cahyadi, C., & Suhardoyo, S. (2021). Pelatihan pembuatan design digital marketing bagi UMKM untuk meningkatkan wawasan dan pendapatan masyarakat Desa Cikarageman, Setu, Bekasi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 372–380.

-
- Arianto, B., & Rani, R. (2024). Penguatan Bisnis Digital Berbasis Ekonomi Hijau bagi Pengembangan UMKM Desa Suka Indah Kabupaten Serang. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 442–449.
- Arsyad, A. A. J., Sulisty, L., Rahayu, W., & Fatmawati, E. (2023). Upaya peningkatan literasi digital masyarakat melalui program pelatihan komputer di desa terpencil. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 654–661.
- Ayu, M., Azriya, N., & Windari, K. T. (2020). Tata Kelola Dan Administrasi Bumdes. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 1(01), 1–10. <https://doi.org/10.24967/jams.v1i01.730>
- Ayu, P. G. A. I., Puspitawati, N. M. D., & Sari, P. A. P. (2024). Merajut Pesona Desa Wisata Kerta melalui Pelatihan Hospitality, Bahasa Asing dan Pengembangan Website sebagai Strategi Promosi dalam Menyongsong Era 5.0. *LOSARI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 148–155.
- Erawan, A. P. D., Aditya, I. G. W., Juniarta, I. W., Permana, I. M. A. S., & Baskara, I. M. W. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Digital UMKM Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200–205.
- Fanreza, R., & Shilvana, R. (2021). Melatih pelaku UMKM dalam memanfaatkan digital marketing upaya mengembangkan usaha berbasis teknologi di Dusun VII manunggal. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 1179–1184.
- Fatmawati, A., Retnowati, D., Aziezy, E., & Kartika, R. A. S. (2024). Pengelolaan Bisnis UMKM Berbasis Digital Di Desa Kalijaya, Kecamatan Alian Kabupaten Kebumen. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 108–111.
- Juniawan, F. P., Mayasari, M. S., Pradana, H. A., Tommy, L., & Sylfania, D. Y. (2023). Pelatihan Digital Marketing Guna Meningkatkan Kompetensi Masyarakat Desa Kace Timur, Bangka. *Jurnal PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1), 17–25.
- Kusumawardhani, R., Kurniawan, I. S., & Ningrum, N. K. (2020). Pelatihan pemasaran digital dan manajemen usaha untuk akselerasi kinerja UKM pengrajin bambu di Desa Tirtoadi, Mlati, Sleman. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 11–17.
- Mistriani, N., Tutik, T., Yuliamir, H., & Aswan, M. K. (2021). Pelatihan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi Informasi Bagi Karang Taruna, Umkm Masyarakat Lokal Dalam Strategi Pemasaran “Cikaso Creative.” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 505–516.
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital pada BUMDES Blulukan Gemilang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8–14.
- Sari, D., Azriya, N., Anum, A., & Devi, H. (2021). Penyuluhan Digital Marketing untuk Usaha Rumahan di Kelurahan Tanjung Baru Kec. Kedamaian. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 2(2), 88–93. <https://doi.org/10.24967/jams.v2i2.1353>
- 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), 28–35.
- Susanti, P. A., Hadjaat, M., Wasil, M., & Susilawati, A. D. (2023). Meningkatkan literasi teknologi di masyarakat pedesaan melalui pelatihan digital. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(2), 12–21.
- Werthi, K. T., Sari, N. N. P., Putra, P. N. A., & Astuti, K. M. (2021). Digital Ekonomi Bisnis Untuk UMKM Denpasar Pada Masa Resesi Ekonomi. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 2(1), 35–41. <https://doi.org/10.24967/jams.v2i01.1241>
- Yulia, N. M., & Zuhriyah, A. (2022). Pelatihan digital marketing dalam rangka pemulihan ekonomi masyarakat desa Ngguyangan di masa pandemi Covid-19. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 468–473.