

## INOVASI DI UJUNG JARI: PELATIHAN DIGITALISASI MARKETING DAN REVOLUSI UMKM

### INNOVATION AT YOUR FINGERTIPS: MARKETING DIGITALIZATION TRAINING AND MSME REVOLUTION

Nurul Hikmah<sup>1a</sup>, Erna Herawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia.

Korespondensi: Nurul Hikmah, E-mail: [taklimmsaa@uin-malang.ac.id](mailto:taklimmsaa@uin-malang.ac.id)

(Diterima: 09-08-2024; Ditelaah: 11-08-2024; Disetujui: 22-09-2024)

#### ABSTRACT

The development of MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) in the digital era has become one of the important priorities in efforts to improve the economy in various regions. This article describes the journey of the marketing digitalization training program that changed the MSME business paradigm. This training is designed to enable MSMEs to harness the potential of digital technology to improve their visibility, market access, and operational efficiency. The program covers several aspects of digitalization, such as the use of social media, online marketing strategies, and digital inventory management. Increasing sales, profitability, and business growth are the main achievements achieved by MSMEs that adopt marketing digitalization. Factors such as lack of digital knowledge, limited infrastructure, and limited human resources are major concerns. Training programs have provided concrete solutions to address these problems. The article also provides an insight into the future potential in MSME development and how innovation at the fingertips can be key to sustainable economic growth. This article highlights how important marketing digitalization is in changing the face of MSMEs in rural villages and creating new sustainable opportunities for micro, small, and medium entrepreneurs.

*Keywords:* MSMEs, digital marketing, digital training, MSME development.

#### ABSTRAK

Pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di era digital telah menjadi salah satu prioritas penting dalam upaya meningkatkan perekonomian di berbagai daerah. Artikel ini menggambarkan perjalanan program pelatihan digitalisasi marketing yang mengubah paradigma bisnis UMKM. Pelatihan ini didesain untuk memungkinkan UMKM memanfaatkan potensi teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas, akses pasar, dan efisiensi operasional mereka. Program mencakup beberapa aspek digitalisasi, seperti penggunaan media sosial, strategi pemasaran online, dan manajemen inventaris digital. Peningkatan penjualan, profitabilitas, dan pertumbuhan bisnis menjadi pencapaian utama yang dicapai oleh UMKM yang mengadopsi digitalisasi marketing. Faktor seperti kurangnya pengetahuan digital, infrastruktur terbatas, dan keterbatasan sumber daya manusia menjadi perhatian utama. Program pelatihan telah memberikan solusi konkret untuk mengatasi masalah-masalah ini. Artikel ini juga memberikan pandangan tentang potensi masa depan dalam pengembangan UMKM dan bagaimana inovasi di ujung jari dapat menjadi kunci bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Artikel ini menyoroti betapa pentingnya digitalisasi marketing dalam mengubah wajah UMKM di desa-desa pedesaan dan menciptakan peluang baru yang berkelanjutan untuk pengusaha mikro, kecil, dan menengah.

Kata kunci: UMKM, digitalisasi marketing, pelatihan digital, pengembangan UMKM.

## PENDAHULUAN

Inovasi telah menjadi kunci keberhasilan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis (Andono & Girindratama, 2023). Ini semua Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), inovasi digital telah membuka pintu menuju peluang baru yang tak terbatas. Salah satu wilayah yang mengalami transformasi signifikan adalah Desa Kubung, Karangploso, Malang. Desa ini menjadi saksi perkembangan gemilang UMKMnya melalui penerapan strategi pelatihan digitalisasi marketing yang progresif.

Artikel ini akan membahas secara mendalam bagaimana pelatihan digitalisasi marketing telah menjadi katalisator bagi revolusi UMKM di Desa Kubung, Karangploso. Kami akan menyajikan perjalanan menarik ini yang membantu mengubah paradigma bisnis dan meningkatkan perekonomian di tingkat lokal. Pelatihan ini menjadi cerminan dari upaya kolaboratif antara pemerintah setempat, sektor swasta, dan komunitas untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah pedesaan.

Dengan teknologi digital yang semakin meresap ke dalam kehidupan sehari-hari, UMKM di seluruh dunia menghadapi tantangan baru (Imron & Nurdian, 2021). Mereka harus memahami pergeseran perilaku konsumen yang semakin digital, meningkatkan kehadiran online mereka, dan memanfaatkan alat-alat digital untuk memperluas jangkauan pasar (Intan et al., 2019). Inilah saatnya UMKM harus berinovasi atau tertinggal.

Desa Kubung, Karangploso, telah menjadi laboratorium nyata dalam menerapkan strategi pelatihan digitalisasi marketing yang efektif. Program ini tidak hanya memberikan pengetahuan tentang penggunaan media sosial, pembuatan situs web, dan strategi pemasaran online, tetapi juga membantu mengatasi hambatan teknologi yang mungkin dihadapi oleh UMKM. Infrastruktur digital yang lebih baik dan keterampilan digital yang ditingkatkan menjadi pendorong

utama dalam kesuksesan program ini (Kusniadji, 2018).

Melalui serangkaian studi kasus, kita akan menjelajahi bagaimana UMKM di Desa Kubung, Karangploso, telah mengalami pertumbuhan yang mengesankan dalam penjualan, efisiensi operasional, dan profitabilitas mereka setelah mengikuti pelatihan ini. Artikel ini juga akan membahas tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam menerapkan digitalisasi marketing dan bagaimana mereka berhasil mengatasi hambatan tersebut.

Selain itu, kami akan menggambarkan peran penting kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat dalam mendukung transformasi UMKM menuju era digital. Peran kolaborasi pemerintah dan masyarakat sangat menentukan keberhasilan program kemajuan UMKM (Maydiantoro et al., 2021) Program pelatihan ini hanya awal dari sebuah perjalanan yang panjang menuju masa depan yang lebih cerah dan berkelanjutan bagi UMKM di Desa Kubung, Karangploso.

Artikel ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana inovasi digital di ujung jari dapat merangsang pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal dan memberikan inspirasi bagi daerah-daerah lain yang ingin mengikuti jejak perubahan positif yang terjadi di Desa Kubung. Sudah banyak kasus yang membuktikan bahwa peran digital bisa memberikan kemajuan yang berarti pada masa depan UMKM (I. Nugroho et al., 2022)

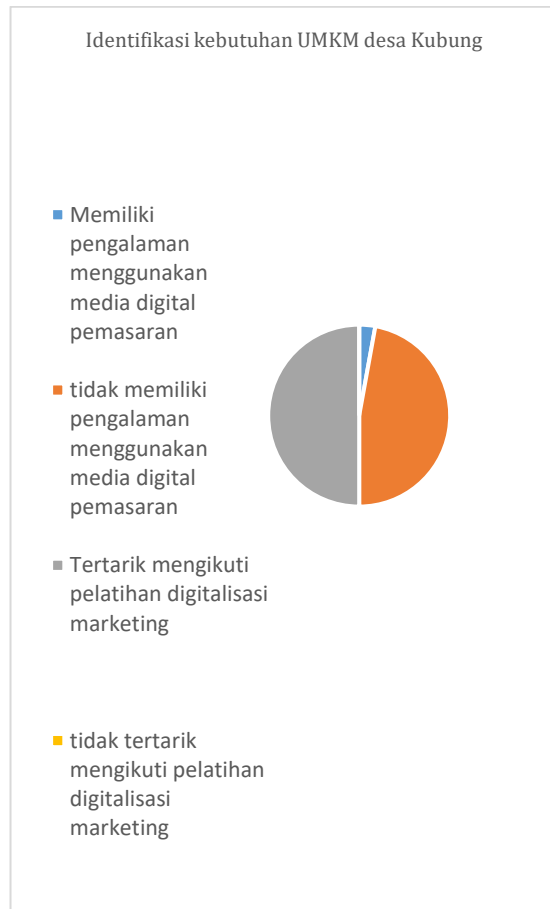
## MATERI DAN METODE

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat dibutuhkan metode pengabdian yang pas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Basri & Yuswardi, 2023). Metode pelaksanaan pelatihan digitalisasi marketing dan revolusi UMKM di Desa Kubung, Karangploso, melibatkan serangkaian langkah-langkah yang cermat dan

kolaboratif untuk memastikan keberhasilan program. Berikut adalah rincian metode pelaksanaannya:

Identifikasi Kebutuhan (M. A. Nugroho et al., 2022): Tahap awal adalah identifikasi kebutuhan UMKM di Desa Kubung. Ini melibatkan survei dan wawancara dengan pemilik UMKM untuk memahami tingkat pemahaman mereka tentang teknologi digital, hambatan yang dihadapi, dan harapan mereka dari pelatihan.



Pengembangan Kurikulum (Santoso et al., 2020): Tim pelatihan bekerja sama dengan ahli teknologi digital dan pemasaran untuk mengembangkan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pengetahuan UMKM. Ini mencakup pelatihan tentang penggunaan media sosial, pembuatan situs web sederhana, strategi pemasaran online, manajemen inventaris digital, dan aspek-aspek lainnya yang relevan.



Gambar 1. Pengembangan Kurikulum

Sejumlah sesi tatap muka. Sesuai dengan tingkat keterampilan awal peserta, pelatihan dapat dimulai dengan pengenalan dasar teknologi digital sebelum beralih ke keterampilan yang lebih tinggi. peserta diajarkan menggunakan alat-alat online dan berpartisipasi dalam latihan praktis.

Kolaborasi Multi-Stakeholder (Harlyandra & Kafaa, 2021): Program pelatihan melibatkan kolaborasi antara pemerintah daerah, sektor swasta, dan komunitas lokal. Pemerintah daerah menyediakan sumber daya dan akses infrastruktur digital, sedangkan sektor swasta dapat berperan sebagai mentor dan sponsor. Komunitas lokal juga berkontribusi dengan berbagi pengetahuan dan pengalaman.



Gambar 2. Kolaborasi Multi-stakeholder

Pemantauan dan Evaluasi: Selama pelatihan, dilakukan pemantauan terus-menerus terhadap kemajuan peserta. Evaluasi berkala digunakan untuk mengukur peningkatan keterampilan dan pemahaman. Feedback peserta juga diambil untuk memastikan program dapat disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Pengukuran

Dampak (Harahap et al., 2020): Setelah pelatihan selesai, dilakukan pengukuran dampak jangka pendek dan jangka panjang. Ini mencakup peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan profitabilitas UMKM yang telah mengikuti pelatihan. Pengukuran dampak juga mencakup peningkatan visibilitas online dan akses ke pasar yang lebih luas.

Keterlibatan Berkelanjutan (Wadu et al., 2020): Setelah pelatihan, program memastikan ada keterlibatan berkelanjutan dengan UMKM yang telah dilatih. Ini melibatkan pembinaan lanjutan, dukungan teknis, dan peluang jaringan untuk memastikan mereka terus berkembang dalam penerapan strategi digital.

Diseminasi Hasil (Sumiati et al., 2021): Hasil program dan pelajaran yang dipetik dari pelatihan diumumkan dan dibagikan dengan komunitas lebih luas, serta masyarakat pedesaan lainnya yang mungkin tertarik untuk mengikuti jejak kesuksesan ini.

Metode pelaksanaan ini didesain untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan inovasi dalam UMKM Desa Kubung, Karangploso, dan memberikan dasar yang kuat bagi revolusi digital dalam bisnis mereka. Dengan pendekatan kolaboratif yang holistik, program pelatihan ini diharapkan akan memberikan manfaat jangka panjang bagi perekonomian dan masyarakat setempat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil dan Pembahasan Artikel "Inovasi di Ujung Jari: Pelatihan Digitalisasi Marketing dan Revolusi UMKM Kubung, Karangploso" Hasil Peningkatan Penjualan dan Profitabilitas: Setelah mengikuti pelatihan

digitalisasi marketing, UMKM di Desa Kubung, Karangploso, mengalami peningkatan signifikan dalam penjualan mereka. Dengan kehadiran online yang lebih kuat dan penerapan strategi pemasaran yang tepat, banyak UMKM melaporkan peningkatan omset bisnis mereka. Selain itu, profitabilitas mereka juga meningkat karena biaya pemasaran online cenderung lebih rendah dibandingkan dengan metode tradisional. Data kenaikan omset penjualan UMKM sebelum dan setelah pelatihan digitalisasi marketing.

Pada Tabel 1 terlihat bahwa pelatihan ini telah mensukseskan tingkat penjualan Kue UMKM cahaya di desa Ngenep Karang ploso yang awalnya dalam 1 bulan omset mereka **Rp. 1.048. 500** menjadi **Rp.6.099.700**.

Peningkatan Visibilitas Online: UMKM yang mengikuti pelatihan ini berhasil membangun kehadiran online yang kuat. Mereka menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan potensial dan mengembangkan situs web yang informatif. Ini membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas dan menarik perhatian pelanggan baru.

Efisiensi Operasional Implementasi manajemen inventaris digital memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan stok mereka dan menghindari pemborosan. Ini menghasilkan efisiensi operasional yang lebih baik dan membantu mengurangi biaya yang terkait dengan manajemen inventaris.

Peningkatan Keterampilan Digital: Peserta pelatihan melaporkan peningkatan keterampilan digital mereka. Mereka sekarang memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang cara menggunakan alat-alat digital untuk mengelola bisnis mereka. Hal ini memungkinkan mereka untuk lebih mandiri dalam menjalankan strategi pemasaran online.

Tabel 1. Kenaikan Omset Penjualan UMKM (Febriyantoro & Arisandi, 2018) Sebelum dan Setelah Pelatihan Digitalisasi Marketing

Periode	Harga Kue (Dalam Rupiah)	Hasil Penjualan Kue (Dalam Rupiah) / bulan
Sebelum Pelatihan	Bolu Mocaf @ Rp. 28.000	5x transaksi (Rp.140.000)
	Brownies Mocaf @ 66.000	2x transaksi (Rp. 132.000)
	Cookies Mocaf @ 32.000	1x transaksi (Rp. 32.000)
	Donat Mocaf @ 30.900 (6pcs)	3x transaksi ( Rp. 92.700)
	Pancake Mocaf @ 25.500	4x transaksi (Rp. 102.000)
	Waffle Mocaf @ 22.000 (10 pcs)	3x transaksi (Rp.66.000)
	Kue Cubit Mocaf @ 20.800 (12 pcs)	5x transaksi ( Rp. 104.000)
	Lemper Mocaf @ 65.000 (10 pcs)	2x transaksi (Rp. 110.000)
	Kue Lapis Mocaf @ 52.600	3 x transaksi (Rp. 157.800)
	Kue Lumpur Mocaf @28.000 (10 pcs)	4 x transaksi (Rp. 112.000)
	<b>Rp. 1.048.500</b>	
Setelah Pelatihan	Bolu Mocaf @ Rp. 28.000	10 x transaksi (Rp.660.000)
	Brownies Mocaf @ 66.000	12 x transaksi (Rp. 384.000)
	Cookies Mocaf @ 32.000	27 x transaksi ( Rp.834.300)
	Donat Mocaf @ 30.900 (6pcs)	17x transaksi ( Rp. 433.500)
	Pancake Mocaf @ 25.500	19x transaksi ( Rp.418.000)
	Waffle Mocaf @ 22.000 (10 pcs)	22 x transaksi ( Rp. 457.600)
	Kue Cubit Mocaf @ 20.800 (12 pcs)	20 x transaksi ( Rp. 1.300.000)
	Lemper Mocaf @ 65.000 (10 pcs)	10 x transaksi (Rp. 520.600)
	Kue Lapis Mocaf @ 52.600	14 x transaksi (Rp. 392.000)
	Kue Lumpur Mocaf @28.000 (10 pcs) 25 x transaksi (Rp.700.000)	
	<b>Rp. 6.099.700</b>	

### Pembahasan

Hasil dari artikel ini menunjukkan bahwa pelatihan digitalisasi marketing telah menjadi kunci keberhasilan UMKM di Desa Kubung, Karangploso. Transformasi yang signifikan dalam bisnis mereka mencakup peningkatan omset, efisiensi operasional, dan profitabilitas. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pembahasan artikel ini meliputi

**Kolaborasi Multi-Stakeholder:** Pentingnya kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal dalam mendukung transformasi UMKM. Artikel ini menunjukkan bahwa kerja sama ini adalah kunci keberhasilan program.

Pengaruh Teknologi Digital (Anggraeni & Elan Maulani, 2023) Artikel ini menggarisbawahi dampak positif teknologi digital dalam membantu UMKM mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang. Dengan adopsi teknologi, UMKM dapat bersaing lebih baik di pasar yang semakin terhubung.

**Pemantauan dan Evaluasi:** Pemantauan dan evaluasi yang teratur dari kemajuan peserta penting untuk memastikan efektivitas program pelatihan. Dengan memahami tingkat perkembangan peserta, program dapat disesuaikan agar sesuai dengan kebutuhan mereka.

**Peran Pembinaan Lanjutan:** Program yang sukses tidak hanya berhenti pada

pelatihan awal. Pembinaan lanjutan dan dukungan teknis membantu UMKM dalam menerapkan keterampilan yang telah mereka pelajari dalam praktik sehari-hari.

Peningkatan Kualitas Hidup Lebih dari sekadar pertumbuhan bisnis, pelatihan digitalisasi marketing juga berdampak positif pada kualitas hidup pemilik UMKM dan masyarakat Desa Kubung secara keseluruhan. Ini menciptakan lingkungan yang lebih sejahtera dan berkelanjutan.

Dalam keseluruhan, artikel ini mengilustrasikan betapa pentingnya inovasi di ujung jari melalui pelatihan digitalisasi marketing dalam menggerakkan revolusi UMKM di daerah pedesaan seperti Desa Kubung, Karangploso. Penerapan strategi digital tidak hanya meningkatkan bisnis mereka, tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Artikel ini menggambarkan perjalanan sukses pelatihan digitalisasi marketing yang telah membawa revolusi dalam dunia Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kubung, Karangploso, Malang. Pelatihan ini telah membuktikan bahwa inovasi di ujung jari, dengan memanfaatkan teknologi digital, dapat merangsang pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan visibilitas bisnis, dan meningkatkan profitabilitas UMKM.

Dengan demikian, pelatihan digitalisasi marketing bukan hanya tentang mengikuti tren, tetapi juga tentang mempersiapkan UMKM untuk masa depan yang semakin terhubung secara digital. Revolusi UMKM di Desa Kubung, Karangploso, adalah bukti bahwa inovasi di ujung jari dapat membawa perubahan positif yang signifikan dalam perekonomian dan kesejahteraan masyarakat pedesaan. Program ini menawarkan inspirasi dan contoh bagi daerah-daerah lain yang ingin mengadopsi pendekatan serupa untuk memajukan bisnis lokal mereka.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada LP2M (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) UIN Maliki Malang atas dukungan dana pengabdian Qoryah Thoyyibah yang telah memungkinkan terlaksananya program pelatihan digitalisasi marketing untuk UMKM di Desa Kubung, Karangploso, Malang. Dukungan ini telah menjadi pilar utama dalam menjalankan proyek yang telah membawa perubahan positif dalam komunitas pedesaan.

Dana pengabdian Qoryah Thoyyibah yang diberikan oleh LP2M UIN Maliki Malang telah memungkinkan kami untuk merancang, mengimplementasikan, dan mengukur dampak dari program pelatihan ini. Dukungan ini membantu kami mencapai tujuan yang kami tetapkan untuk membantu UMKM meningkatkan keberhasilan bisnis mereka melalui digitalisasi marketing.

Selain itu, dukungan finansial dari LP2M UIN Maliki Malang juga menciptakan peluang bagi pengembangan berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat di Desa Kubung. Program ini telah membawa perubahan yang positif dalam perekonomian lokal, dan ini tidak akan terwujud tanpa kontribusi yang sangat berarti dari LP2M.

Kami menghargai komitmen LP2M UIN Maliki Malang untuk mendukung pengabdian kepada masyarakat dan inovasi dalam pendidikan tinggi. Semoga dukungan ini akan terus memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM dan komunitas di Desa Kubung, Karangploso, serta mengilhami upaya-upaya serupa di masa depan.

Sekali lagi, terima kasih atas dukungan berharga LP2M UIN Maliki Malang dalam menjalankan program ini dan memberikan dampak positif yang nyata pada masyarakat. Semoga kerja sama ini terus berkembang untuk kesejahteraan bersama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andono, F. A., & Girindratama, M. W. (2023). Pelatihan dan pendampingan digital marketing melalui platform sosial media dan marketplace bagi umkm kerajinan aksesoris. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 178–186. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2359>
- Anggraeni, R., & Elan Maulani, I. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(2), 94–98. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i2.635>
- Febriyantoro, M. T., & 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), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Harahap, M. H., Fibriasari, H., Ihsan, M., Irfand, I., Panggabean, D. D., & Syah, D. H. (2020). UPAYA PENINGKATAN POLA HIDUP BERSIH SEHAT DI DESA IBUS MELALUI DISEMINASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA FILTER AIR, CUCI TANGAN DIGITAL DAN MESIN PEMBUAT SABUN UNTUK MENGHADAPI PANDEMI COVID-19. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 26(4), 236. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i4.20623>
- Harlyandra, Y., & Kafa, K. A. (2021). Kolaborasi multi-stakeholder pada praktik corporate social responsibility dalam penanganan sampah di Desa Pengarengan Kabupaten Cirebon. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial*, 6(1), 54. <https://doi.org/10.25273/gulawentah.v6i1.9471>
- Imron, M. S., & Nurdian, Y. (2021). Digitalisasi pemasaran keripik tempe dalam menghadapi persaingan dagang selama pandemi Covid-19. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(1), 65–76. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v17i1.3129>
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2). <https://doi.org/10.25139/jkp.v3i2.1982>
- Kusniadji, S. (2018). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1078>
- Maydiantoro, A., Jaya, M. T. B. S., Hestingtyas, W., & Rahmawati, R. (2021). Pendampingan UMKM Menuju Digitalisasi Marketing Upaya Kebangkitan di Era New Normal. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 4(6), 1530–1539. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v4i6.5293>
- Nugroho, I., Riyanto, D., Syafahira, S., Latifah, A. A. N., Pratama, F. A., & A'la, H. K. (2022). Pendampingan program digitalisasi di muhammadiyah boarding school tarbiyatul mukmin kecamatan salam. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 582–591. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1922>
- Nugroho, M. A., Utama, P. S. P., & Azzahra, S. F. (2022). Pendampingan Digitalisasi Bisnis KWT Soka Makmur. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 496–501. <https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i4.189>
- Santoso, R., Fianto, A. Y. A., & Ardianto, N. (2020). Pemanfaatan digital marketing untuk pengembangan bisnis pada karang taruna permata alam permai gedangan sidoarjo. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 326. <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i2.2020.326-338>
- Sumiati, S., Taufan Asfar, A. M. I., Akbar Asfar, A. M. I., Nursyam, A., Fauziah, A., & Nurhasanah, N. (2021). Diseminasi pemanfaatan limbah menir beras sebagai produk Etno-Spa Bedda Lotong Khas Suku

Bugis-Makassar. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 3, 34–39. <https://doi.org/10.31258/unricsce.3.34-39>

Wadu, L. B., Gultom, A. F., & Pantus, F. (2020). penyediaan air bersih dan sanitasi: bentuk keterlibatan masyarakat dalam pembangunan berkelanjutan. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 10(2), 80. <https://doi.org/10.20527/kewarganegaraan.v10i2.9318>

Widyastuti, T., & Dewi, N. K. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital dan Pengelolaan Keuangan Bagi Pelaku UMKM di BUMDes Desa Cikolelet, Kab. Serang – Banten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.