



## PKM Kerangka Kewirausahaan UMKM Berbasis Digital Bagi Desa Jelijih Punggang Di Puputan Bali

Andreas James Darmawan<sup>1</sup>, Ni Kadek Suryani<sup>2</sup>, Anita Heptariza<sup>2</sup>, Renaldo Fajar Nugraha Susilo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali

<sup>2</sup>Program Studi Bisnis Digital, Institut Desain dan Bisnis Bali

Jl. Tukan Batanghari No.29, Denpasar Bali

james.dar@gmail.com

### Abstract

*The development of the MSME economic sector is the spearhead of defense and business continuity for a village; Jelijih Punggang Village, located in Puputan Bali, is one of the villages that has a vision of developing a digital-based economic sector. This vision was welcomed by the Digital Business (BD) study program of the Bali Institute of Design and Business; with the same scientific basis, the BD study program created a digital-based MSME entrepreneurship framework as an effort to improve the village economy. The purpose of this research is an effort to assist and participate in the development of the Jelijih Punggang Village MSME business with the use of digital technology that is needed and facilitates the development process and is appropriate in business applications. The method used is qualitative with purposive data collection; with intense communication with Jelijih Punggang Village officials, as well as the village community as MSME actors. The results of the research are in the form of an initial framework for digitalbased MSME entrepreneurship that is socialized through village meetings, with further discussion and coordination sessions to get the right framework formula. The conclusion of this research is expected to be a guideline in the implementation of assistance and learning in the form of workshops; both online and offline, as well as preparation for taking social media management certification for MSME players for the independence of digital economic development in Jelijih Punggang Village.*

*Keywords: Jelijih Punggang Village, digital entrepreneurship framework, MSME players*

### I. Pendahuluan

Bertahan setelah melewati pandemi Covid-19, banyak sektor usaha konvensional beralih menjadi digital [1]. Seiring dengan fenomena ini, kesadaran akan perlunya penggunaan platform digital sebagai media mulai dari bidang operasional, manajemen, sampai pada bidang promosi semakin tinggi [2]. Untuk itu pengembangan pengetahuan dan pendampingan bagi pelaku usaha UMKM juga semakin meningkat [3]. Dengan kondisi dunia ekonomi saat ini; yang terancam inflasi dan resesi ditahun 2023 [4], seiring dengan pernyataan Presiden Joko Widodo dalam pidatonya kepada seluruh kementerian, kepala Lembaga dan daerah, pangdam dan kapolda; agar bersiap-siap dan memiliki sense of crisis dalam bidang perekonomian tahun 2023 [5].

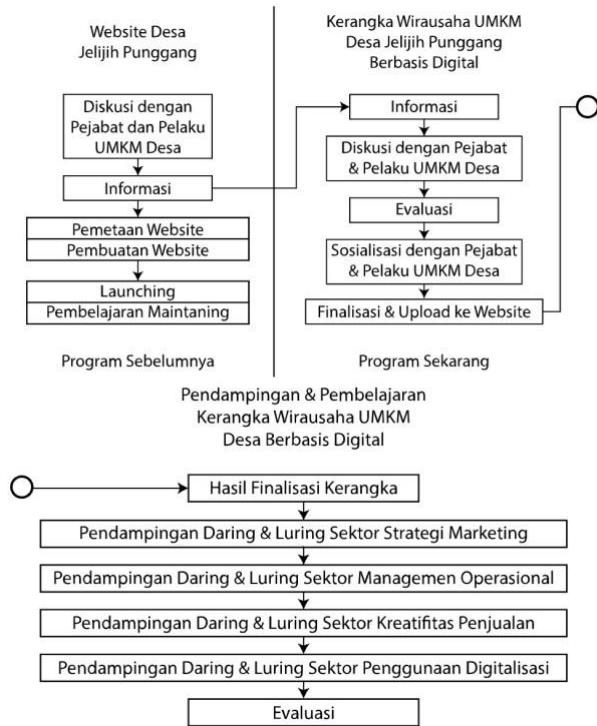
Bagaikan dayung bersambut, program studi Bisnis Digital (BD) dari Institut Desain dan Bisnis Bali (IDB Bali); juga memiliki keilmuan dan visi dalam turut serta membangun perekonomian masyarakat Bali; khususnya pelaku UMKM. Prodi BD IDB Bali menyadari bahwa peranan UMKM dalam menghadapi resesi global 2023 menjadi yang utama dalam upaya pertahanan sektor pangan dan komoditi pokok lainnya [6]. Untuk itu pendampingan dan pembelajaran terus dilakukan. Program PkM ini sendiri telah dimulai sejak tahun 2022, dimana prodi BD IDB Bali memberikan fondasi digital berupa website. Infrastruktur dari website [desajelijihpunggang.id](http://desajelijihpunggang.id) ini merupakan hasil diskusi dan koordinasi yang intensif [7]. Dari hasil pembuatan website ini, peneliti mendapatkan informasi bahwa ada dua jenis usaha yang dilakukan oleh pelaku UMKM Desa Jelijih Punggang; yaitu minuman sari kulit manggis yang difermentasi, dan kerajinan barang dari batok kelapa; seperti dulang, piring, keranjang buah, dan sebagainya [8].

Berdasarkan pemetaan yang didapatkan dari pembuatan web, peneliti memutuskan untuk memfokuskan penelitian fase ini kepada perkembangan bisnis minuman kulit manggis dan kerajinan dari batok kelapa. Selaras dengan visi digitalisasi desa Jelijih Punggang, peneliti menyusun kerangka kewirausahaan digital yang mendukung pemasaran, merek, dan penjualan produk minuman dan kerajinan desa [9]. Atas dasar pemilihan ini, peneliti melakukan studi yang dapat meningkatkan penggunaan media bisnis berbasis digital [10]. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan pemasaran, merek, dan penjualan dengan pembagian 4 sektor: pemetaan strategi bisnis, manajemen operasional, kreatifitas dalam pemasaran, dan basis digitalisasi. Hal ini selaras pula dengan focus kompetensi pada program studi Bisnis Digital IDB Bali [11].

Untuk itu penelitian ini merupakan penelitian kedua setelah pembuatan website desa, dan menjadi dasar untuk penerapan, pendampingan, dan pembelajaran bagi pelaku UMKM Desa Jelijih Punggang [12]. Dengan skema ini, peneliti akan melakukan pemetaan tahap pengabdian dengan kondisi telah memasuki fase kedua dari keseluruhan program pengabdian [13]. Hal yang serupa dilakukan peneliti pada tahap awal ketika membuat website, peneliti akan melakukan studi awal dengan membuat kerangka kewirausahaan UMKM Desa Jelijih Punggang [14].

## II. Metode Pelaksanaan

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, pada pemetaan metode penelitian ini, peneliti melakukan tahapan awal dengan pembuatan website [15], sehingga pada penelitian ini peneliti telah memasuki tahap kedua dimana pemetaan dan pembentukan kerangka kewirausahaan UMKM berbasis digital Desa Jelijih Punggang. Penjelasan lebih lanjut berada dalam tabel berikut.



Gambar 1. Pemetaan Metode Penelitian (Sumber: Karya Peneliti)

Dalam tabel ini, pelaksanaan pembuatan akan mengalami beberapa fase, dimana fase pertama dilakukan secara internal berdasarkan 4 sektor yang hendak didampingi. Dengan kumpulan informasi dari pembuatan website sebelumnya, peneliti melakukan pendalaman akan kebutuhan yang bisa disolusikan dengan platform digital [15]. Setelah fase ini, peneliti melanjutkannya dengan diskusi secara online dengan para pejabat Desa Jelijih Punggang dan perwakilan dari pelaku UMKM; khususnya perwakilan dari usaha minuman sari kulit manggis yang difermentasi dan kerajinan barang dari batok kelapa. Setelah mendapatkan input, peneliti melakukan evaluasi dan revisi pemetaan pada kerangka kewirausahaan UMKM berbasis digital desa, kemudian dilakukan sosialisasi kepada Desa Jelijih Punggang pada tanggal 18 Januari 2023. Hasil dari sosialisasi ini akan direvisi dan dievaluasi Kembali sebelum ditayangkan dalam website desa.

Tentunya kerangka ini tidak hanya selesai disini saja,

pengembangan selanjutnya akan masuk pada fase penerapan kerangka dengan pendampingan dan pembelajaran kepada pelaku UMKM yang akan dilaksanakan setiap semester dengan tatap muka, dan dengan online setiap 2 bulan sekali atau lebih selama dibutuhkan. Tentu penerapan ini tetap menjaga keseimbangan 4 sektor; yaitu: strategi pemasaran, manajemen operasional, kreatifitas penjualan, dan update penggunaan dan penguasaan platform digital [16].

## III. Diskusi

Dari implementasi hasil studi website, peneliti menyimpulkan bahwa setiap pelaku UMKM Desa Jelijih Punggang, telah memiliki pembuatan website dengan alamat url: [desajelijihpunggang.id](http://desajelijihpunggang.id), yang didalamnya terdapat 6 menu utama, antara lain: Simdes (simpanan desa), Pelayanan Mandiri, Pengaduan, UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah), Bumdes (Badan Usaha Milik Desa), dan Potensi Desa. Untuk itu pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti berfokus pada menu UMKM.



Gambar 2. Tampilan Website Desa Jelijih Punggang (Sumber: Karya Penelitian Sebelumnya)

Pada menu UMKM, peneliti mendapatkan 2 UMKM yang telah ditampilkan website desa ini, yaitu: (1) Jus Daging Buah Kulit Manggis; dimana buah manggis ini menjadi salah satu potensi di Desa Jelijih Punggang yang dapat dikembangkan, salah satunya seperti hasil olahan dari kulit manggis yang dibuat dalam bentuk jus. UMKM ini dimiliki oleh I Wayan Rudana, yang Ketika itu melihat celah bisnis dari potensi desa yang memungkinkan untuk dikembangkan. (2) Kerajinan Rajut Batok Kelapa; dimana usaha ini diinisiasikan oleh kelompok IKM Merta Nadi yaitu sebuah kelompok usaha kecil di Desa Jelijih Punggang yang berfokus pada produksi kerajinan rajut batok kelapa, menjadi produk-produk yang berguna seperti produk-produk sehari-hari; dulang, piring, keranjang buah, dan sebagainya.



Gambar 3. Biodata dan Jenis Produk UMKM Desa Jelijih Punggang (Sumber: Karya Penelitian Sebelumnya)

Dari kedua UMKM Desa jelijih punggang ini, peneliti juga melakukan pendekatan yang bersifat diskusi awal, dan mendapatkan bahwa selama ini penjualan kedua produk hanya bersifat konvensional, baik secara lokal di sekitar desa, termasuk penitipan di pasar, took, dan warung. Sampai saat ini baik kedua pelaku UMKM ini belum memiliki sosial media platform dan belum memasuki pasar digital di market place. Hal ini disebabkan karena pengetahuan yang minim terhadap penggunaan dan penguasaan platform digital tersebut, walaupun tidak memiliki kesulitan dalam perangkat dan signal. Dari kondisi ini, peneliti mendapatkan potensi pembelajaran dan pendampingan yang berbasis digital, dimana kekurangan dari pelaku UMKM hanya sebatas pengetahuan dan pengalaman dalam upaya mengembangkan bisnis mereka yang bermigrasi bentuk dari konvensional ke media platform digital dengan kerangka kewirausahaan digital Desa Jilijih Punggang.

Dari perolehan hasil diskusi ini, peneliti mulai melakukan FGD terhadap beberapa dosen program studi Bisnis Digital, yang dinilai memiliki kompetensi yang sesuai dengan kerangka kewirausahaan digital. Pada dasarnya, kerangka kewirausahaan digital ini terbagi menjadi 4 sektor; yaitu: (1) strategi bisnis, yang mencakup: bagaimana membangun sebuah citra merek dan bagaimana penanganan aftersales penjualan untuk mempertahankan citra merek pelaku UMKM; (2) manajemen operasional, yang mencakup: bagaimana mengelola karyawan dan rekan sumber daya dan bagaimana mengelola keuangan UMKM; (3) kreatifitas penjualan, yang mencakup: bagaimana unggul dalam kreatifitas visual untuk penjualan digital dan bagaimana membuat foto produk yang lebih menjual; serta (4) penggunaan digitalisasi, yang mencakup: penguasaan penggunaan sosial media instagram dan facebook dan penguasaan manajemen iklan kedua sosial media tersebut.

Tabel 1. Kerangka Metode Penelitian (Sumber: Karya Peneliti)

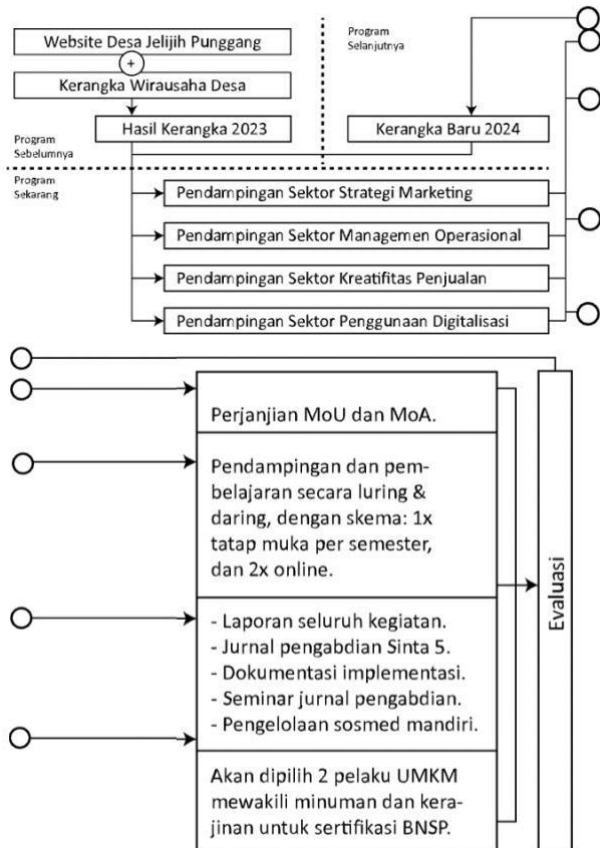
Sektor	Konsentrasi	Aplikasi terhadap 2
Pendampingan	Pendampingan per Sektor	UMKM Desa Jelijih Punggang
Strategi Bisnis	Pembangunan sebuah citra sebuah merek pelaku UMKM	Berfokus pada strategi bisnis minuman berbasis digital
	Penanganan aftersales citra sebuah merek pelaku UMKM	Berfokus pada strategi bisnis kerajinan berbasis digital
Managemen Operasional	Pengelolaan karyawan dan rekan sumber daya	Keduanya berfokus pada pengelolaan SDM dan keuangan berbasis digital pada bisnis UMKM
	Pengelolaan keuangan UMKM	Berfokus pada pembuatan visual kreatif pada konten penjualan berbasis digital
Kreatifitas Penjualan	Strategi visual keratif dalam penjualan digital	Berfokus pada pembuatan product shot baik untuk bisnis minuman maupun bisnis kerajinan berbasis digital
	Pembuatan foto produk yang lebih menjual	Keduanya berfokus pada penguasaan, penggunaan, dan pengelolaan sosial media; Instagram dan Facebook, termasuk pemasangan iklan berbasis meta business suite.
Penggunaan Digitalisasi	Penguasaan penggunaan sosial media instagram dan facebook Penguasaan manajemen iklan sosial media instagram dan facebook	

Pada sektor Strategi Bisnis, peneliti akan berkonsentrasi pada: pembangunan sebuah citra sebuah merek pelaku UMKM yang berfokus pada strategi bisnis minuman berbasis digital; dan penanganan aftersales citra sebuah merek pelaku UMKM yang berfokus pada strategi bisnis kerajinan berbasis digital. Sedangkan pada sektor Managemen Operasional, peneliti akan berkonsentrasi pada: pengelolaan karyawan dan rekan sumber daya; dan Pengelolaan keuangan UMKM; keduanya akan berfokus pada pengelolaan SDM dan keuangan berbasis digital pada bisnis UMKM. Untuk sektor Kreatifitas Penjualan, peneliti akan berkonsentrasi pada: strategi visual keratif dalam penjualan digital dengan berfokus pula pada pembuatan visual kreatif pada konten penjualan digital; dan juga pada pembuatan foto produk yang lebih menjual, yang berfokus pada pembuatan product shot baik untuk bisnis minuman maupun bisnis kerajinan berbasis digital. Terakhir untuk sektor Penggunaan Digitalisasi, peneliti akan berkonsentrasi pada: penguasaan penggunaan sosial media instagram dan facebook; serta penguasaan

managemen iklan berbasis meta business suite; dimana Keduanya berfokus pada penguasaan, penggunaan, dan pengelolaan kedua sosial media tersebut.

Selain itu peneliti juga merancang tahapan implementasi dari kerangka kewirausahaan digital pada kedua pelaku UMKM Desa Jelijih Punggang ini, yaitu dengan implementasi pendampingan, pembelajaran, serta monitoring baik secara luring maupun daring. Hal ini dilakukan atas pertimbangan kendala jarak tempuh antara Institut Desain dan Bisnis Bali dengan Desa Jelijih Punggang; namun pembangunan budaya berbisnis digital ini diperlukan konsistensi dan repetisi yang cukup banyak; sehingga membangun budaya baru dalam keberlangsungan pola bisnis digital yang baru, menjadi bagian dari behavior pelaku UMKM desa. Tentu dalam pendampingan, pembelajaran, dan monitoring ini tidak terlepas dari tugas yang diberikan kepada pelaku UMKM desa, agar kembali mempraktekkan apa yang diajarkan secara mandiri. Dukungan yang akan diberikan program studi Bisnis Digital IDB Bali, berupa whatsapp grup yang terbuka untuk konsultasi chat, call, dan bahkan video call; kapan dan dimana saja bila dibutuhkan.

sebanyak 3 kali per semester dengan membuka pula whatsapp grup untuk menerima pertanyaan, bantuan teknis dan penentuan strategi bagi pelaku UMKM Desa Jelijih Punggang. Diharapkan dengan adanya implemenasi ini, para pelaku UMKM desa akan terbiasa untuk melakukan pengelolaan secara mandiri dengan basis digital. Untuk manajemen operasional juga diharapkan dapat menggunakan platform digital guna memudahkan proses perhitungan, pencatatan, dan monitoring jumlah stok dan keuntungan. Secara sektor startegi bisnis juga diharapkan para pelaku UMKM desa dapat melakukan proses benchmarking pada kompetitor dengan produk sejenis, atau kepada pengusaha UMKM yang dinilai sukses dalam penjualan. Dari semua sektor yang diberikan pendampingan dan pembelajaran ini akan dicatat dan dijadikan bahan evaluasi bagi proses pendampingan dan pembelajaran selajutnya oleh program studi Bisnis Digital Institut Desan dan Bisnis Bali, baik bagi Desa Jelijih Punggang maupun pada desa lain yang memiliki visi berbisnis digital dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM desanya.



Gambar 4. Kerangka Metode Penelitian (Sumber: Karya Peneliti)

Untuk itu, dalam implementasi ini, peneliti akan menentukan kunjungan per semester sesuai dengan jadwal akademik kampus, dan memberikan forum secara online



Gambar 5. Tampilan Website Desa Jelijih Punggang (Sumber: Karya Peneliti)

Pada hari Rabu, tanggal 18 Januari 2023, tim peneliti yang membawa program studi Bisnis Digital dari Institut Desain dan Bisnis Bali, melakukan sosialisasi kerangka kewirausahaan digital Desa Jelijih Punggang kepada para aparat desa dan pelaku UMKM, khususnya pengusaha UMKM jus kulit manggis dan kerajinan produk rumah tangga dari batok kelapa. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan feedback berupa forum diskusi terbuka baik untuk aparat desa maupun kepada pelaku UMKM guna mendapatkan penyesuaian dan

penyelarasan dengan kebutuhan dan upgrade kemampuan atau ketrampilan digital yang dibutuhkan.

Acara sosialisasi dari kerangka kewirausahaan digital IDB Bali Prodi Bisnis Digital dengan aparat dan para pelaku UMKM Desa Jelijih Punggang ini, menghasilkan beberapa feedback diantaranya adalah: (1) permohonan adanya konsentrasi yang lebih pada sektor pengelolaan SDM dan keuangan, serta (2) penggunaan dan penguasaan platform digital, baik secara fungsi dan monitoring hasil bisnis berbasis digital. Dari kedua feedback ini, peneliti juga melakukan perubahan pada kerangka kewirausahaan digital desa dengan konsentrasi yang lebih pada kedua sektor; manajemen operasional dan penggunaan digitalisasi. Perubahan ini dilakukan dengan menambahkan jumlah pertemuan pada kedua sektor tersebut, dengan jumlah jadwal pendampingan yang lebih banyak dibandingkan sektor lainnya.

Tabel 2. Jadwal Implementasi Kerangka Kewirausahaan Digital Desa Jelijih Punggang (Sumber: Karya Peneliti)

Nama Kegiatan	2023												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Penandatanganan MoU dan MOA IDB Bali dengan Desa	█												
Implementasi pendampingan per 3 bulan dengan 1x luring dan 2x daring.		█	█	█		█	█	█					
Monitoring hasil dilakukan sebulan setelahnya dengan evaluasi dan forum diskusi.			█	█			█	█	█				
Kemudian peneliti akan melakukan persiapan publikasi.									█	█			
Kemudian pemberian reward dengan pendampingan sertifikasi BNSP										█	█		
Pada bulan terakhir peneliti akan melakukan rekap terakhir untuk pelaporan program.												█	█

Dari maka peneliti melakukan membuat rencana program pengabdian selanjutnya dengan beberapa hasil luaran dari penelitian, sebagai berikut: (1) laporan dan dokumentasi keseluruhan kegiatan dan implementasi; (2)

jurnal pengabdian Sinta 5 dengan keterlibatan peneliti dan mahasiswa; (3) seminar nasional pengabdian dengan presentasi dan luaran proceeding; (4) sertifikasi BNSP untuk reward 2 pelaku UMKM terbaik; dan (5) revenue tempat uji kompetensi (TUK) sertifikasi BNSP IDB Bali, skema sosial media manager; yang dibuka untuk aparat desa dan pelaku UMKM lainnya. Keseluruhan dari implementasi kegiatan akan tercatat dan menjadi bagian dari bahan utama evaluasi pendampingan selanjutnya dalam upaya membangun visi digitalisasi berbasis Desa Jelijih Punggang yang berkerjasama dengan Program Studi Bisnis Digital Institut Desain dan Bisnis Bali.

**IV. Kesimpulan**

Dari program pengabdian ini, penulis mempertimbangkan pengukuran keberhasilan dari program pengabdian dalam penelitian ini dengan kesimpulan: (1) permasalahan awal dari Desa Jelijih Punggang untuk mewujudkan visinya dalam berbisnis digital, akan dipecahkan dengan implementasi perjanjian Kerjasama yang tertulis dalam MoU skala desa dengan institut, serta dalam MoA skala desa dengan program studi terkait; (2) bagaikan dayung bersambut, permasalahan pencarian Prodi Bisnis Digital mengenai desa yang sevisi dalam pembangunan infrastruktur berbasis digital juga terakomodir; namun pemecahan permasalahan ini lebih berfokus pada implementasi kegiatan secara nyata, pendampingan serta pembelajaran kepada pelaku UMKM desa, serta pemantauan untuk data kolektif bagi bahan evaluasi dan publikasi Prodi Bisnis Digital IDB Bali; dan (3) pemecahan masalah utama dalam memberikan dan/atau membekali pelaku UMKM Desa Jelijih Punggang dengan pengetahuan dan ketrampilan berbasis digital akan dipecahkan dengan komitmen dalam pendampingan, pembelajaran, dan monitoring yang terstruktur, konsisten, dan rasa tanggung jawab akan upaya bersama dalam meningkatkan kesejahteraan desa binaan. Untuk itu manfaat yang diharapkan dalam program pengabdian ini, meliputi: (1) perwujudan visi bisnis dengan basis digital dari Desa Jelijih Punggang secara nyata, dengan rekan kolaborasi yang piawai atau berkompetensi dibidangnya; (2) pemberian sumbangsih prodi Bisnis Digital IDB Bali sebuah desa pengabdian yang selaras dengan visi prodi, dengan keterkaitan pada Tri Dharma Perguruan Tinggi, serta implementasi salah satu dari 8 skema Merdeka Belajar – Kuliah Merdeka (MBKM); yaitu: Pembinaan Desa; dimana menjadi bagian dari pelaporan akreditasi Prodi Bisnis Digital serta Institut Desain dan Bisnis Bali; (4) pemberian manfaat secara langsung diperuntukkan bagi pelaku UMKM Desa Jelijih Punggang, yang menjadi pemeran utama dalam transformasi berbasis konvensional menjadi berbasis digital; dan (5) keterlibatan Himpunan Mahasiswa Jurusan, dalam pendampingan dan pengelolaan penelitian ini. Untuk itu manfaat yang diterima bagi Prodi Bisnis Digital juga memberikan pengalaman kerja nyata dalam implementasi keilmuan berbasis digital kepada

mahasiswa, dan tentunya juga bagi para pelaku UMKM Desa Jelijih Punggang.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada LPPM Institut Desain dan Bisnis Bali yang memberikan pendanaan untuk program PkM, para aparat Desa Jelijih Punggang; Bpk. I Ketut Mudiartawan, S.Ag., selaku Perbekel Desa Jelijih Punggang, kepada para pemilik UMKM; Bpk. Rudiana dan Ibu Merta Nadi, serta kepada segenap dosen pengampu Program Studi Bisnis Digital IDB Bali beserta para mahasiswa/I Himpunan Mahasiswa Jurusan Program Studi Bisnis Digital IDB Bali atas peran serta aktif dan sumbangsih moral dan keilmuannya.

### Daftar Pustaka

- [1] Nani PA, Batarius P, Magdalena N, Mamulak R. Platform digital Kelurahan Babau. *Jurnal Patria*. 2020;2(2):97-103.
- [2] Muhyiddin M. Covid-19, new normal, dan perencanaan pembangunan di Indonesia. *Jurnal Perencanaan Pembangunan*. 2020;4(2):240-252.
- [3] Punggang Admin desa Jelijih. Bimtek pengelolaan website. 2022. Diunduh dari <https://desajelijihpunggang.id/2022/11/24/bimtek>
- [4] Sedyastuti K. Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. 2018;2(1):117-127.
- [5] Suci YR. Perkembangan UMKM (usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. 2017;6(1):51-58.
- [6] Thaha AF. Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*. 2020;2(1):147-153.
- [7] Tolok, Aprianus D. Resolusi Jokowi tahun 2023: Indonesia tak terimbas resesi global. Diunduh dari: <https://kabar24.bisnis.com/read/20230102/15/1614060/resolusi-jokowi-tahun2023-takterimbas-resesi-global>
- [8] Wahdiniwaty R, Atika SD, Ramadhina FA, Kusumawardhani DN, Munandar MA, Murni DPA. Implementasi penggunaan social media melalui Facebook dalam memahami perilaku konsumen guna meningkatkan penjualan produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2023;29(3):461-464.
- [9] Yusnadi Y, Nasution NB, Lubis Z, Kamtini K. Pengembangan desa literasi berbasis masyarakat di Desa Ara Payung Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2022;29(3):536-543.
- [10] Heptariza A, Prasiani NK, Darmawan AJ. Pengaruh kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Marketplace Shopee. *Journal of Applied Management Studies*. 2023;4(2): 97-111.
- [11] Susanto F, Darmawan AJ, Heptariza A. Pemanfaatan Iot (internet of things) dan data mining bidang perikanan untuk meningkatkan nilai ekonomi. *Creative Communication and Innovative Technology*. 2023;9(1):14-22.
- [12] Loekito JA, Wong H, Setiawan D, Pranata Y. Pembuatan aplikasi perpustakaan digital untuk anak-anak Kampung Stamplat, Desa Indragiri, Kabupaten Bandung. *Jurnal Servirisma*. 2022;2(2):103-112.
- [13] Ghozali AA, Andana BT, Santoputri CD, Azizah LN, Nurzaqi DV, Rachmat MN, Sugata F. Pemetaan digital untuk mendukung pengembangan kawasan wisata Pecinan Jamblang. *Jurnal Servirisma*, 2022;2(2):147-165.
- [14] Pramono SA. Inovasi potensi pangan kacang kedelai: Dari olahan produk hingga pemasaran online. *Jurnal Atma Inovasia*. 2021;1(3):402-408.
- [15] Kurnianingtyas CD. Pemberdayaan UMKM Desa Singosaren melalui program literasi digital. *Jurnal Atma Inovasia*. 2022;2(5):557-561.
- [16] Darmawan AJ, Gunawan R, Sakti CSB. Increasing selling power and brand identity of typical food snack in Kelurahan Kranggan through packaging design. 3rd International Conference on Creative Media, Design and Technology (REKA 2018). 2008. pp. 92-97.