

Pelatihan Digital Marketing UMKM Desa Banaran Lewat Teknologi Informasi dan Pentahelix Governance

Sri Hariyati Fitriasih¹, Hendro Wijayanto*², Prihanto³, Rahmatika⁴, Fatin Fadila⁵, Eny Rahma Zaenah⁶

^{1,2,3}Sekolah Vokasi, Universitas Tiga Serangkai

^{4,5,6}Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Tiga Serangkai

e-mail: ¹fitriasih@gmail.com, *²hendrowijayanto@tsu.ac.id, ³prihanto@tsu.ac.id, ⁴rahmatika@tsu.ac.id, ⁵fatinfadila@tsu.ac.id, ⁶enyrahma@tsu.ac.id

Abstrak

Desa Banara merupakan salah satu desa di Kecamatan Grogol Kabupaten Sukoharjo yang berbatasan langsung dengan Kota Surakarta, tepatnya Kecamatan Laweyan. Dengan letak geografis ini membuat UMKM banyak tumbuh. Akan tetapi masih banyak dari UMKM tersebut kurang begitu maksimal dalam meningkatkan potensi produknya. Teknologi informasi khususnya dibidang digital marketing sangatlah sesuai dengan keadaan saat ini. Termasuk didalamnya keterlibatan 5 unsur (pentahelix) pemerintahan, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media. Pelatihan dengan kegiatan sosialisasi dan workshop pengetahuan digital marketing, packaging, serta pembuatan konten digital marketing ini sangatlah penting untuk meningkatkan perekonomian bagi UMKM. Materi tersebut disampaikan dalam tajuk sosialisasi UMKM berbasis teknologi informasi, branding kuat, marketing cepat, UMKM melesat. Kegiatan berupa sosialisasi dan workshop sederhana yang diselenggarakan pada Kamis 18 September 2025. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan antusiasme peserta yang sangat bagus. Ini terbukti dari hasil kegiatan diperoleh bahwa terdapat peningkatan pemahaman konsep digital marketing sebesar 11%, pengenalan platform digital sebesar 14%, pengetahuan tentang strategi branding sebesar 15%, pengetahuan dan pemahaman mengenai pembuatan konten promosi sebesar 11% dan penggunaan tools digital marketing sebesar 18%. Kegiatan ini akan terus berjalan karena Desa Banaran merupakan salah satu desa binaan Universitas Tiga Serangkai. Masih terdapat potensi desa yang dapat di eksplor guna meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Banaran. Kegiatan-kegiatan lanjutan digital marketing bagi pelaku UMKM juga masih sangat dibutuhkan

Kata kunci: Desa Banaran, Digital Marketing, Pentahelix Governance, Pelatihan, UMKM

1. PENDAHULUAN

Desa Banaran adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah. Terdiri dari beberapa dukuh, yaitu Banaran, Banaran Baru, Ngenden, Pondongan, Talang, dan Talang Baru. Secara historis, Banaran dikenal dengan nama lama "Bandara", karena dulunya merupakan pelabuhan air penting pada masa Keraton Surakarta Hadiningrat. Wilayah ini menjadi titik strategis dalam jalur transportasi sungai, bahkan digunakan oleh Raja Paku Buwono IV untuk perjalanan ke Madura. Kini, Desa Banaran berkembang sebagai wilayah permukiman dan pendidikan, serta potensi lokalnya mencakup warisan budaya, sejarah pelabuhan, serta keterkaitan dengan industri batik Laweyan. UMKM di Desa Banaran, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo memiliki karakter khas yang kuat, terutama dalam sektor batik dan usaha berbasis potensi lokal. Banyak pelaku usaha mikro dan kecil yang menjalankan produksi batik rumahan, baik sebagai pengrajin maupun penjual. Batik

Banaran memiliki keterkaitan erat dengan industri batik Laweyan di Solo, menjadikan desa ini bagian penting dari ekosistem batik tradisional Jawa. Selain batik, UMKM disektor tekstil dan aneka macam kuliner juga sangat banayak di Desa Banaran. Hal ini karena letak geografis Desa Banaran yang cukup strategis berada di perbatasan Kota Surakarta.

Pembangunan desa di era modern tidak lagi cukup mengandalkan peran tunggal pemerintah [1]. Tantangan kompleks seperti kemiskinan, ketimpangan akses, dan degradasi lingkungan menuntut pendekatan kolaboratif serta tingginya kesenjangan teknologi informasi. Di sinilah konsep pentahelix governance menjadi relevan. Sebuah model kolaborasi dan sinergitas antara pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, serta media untuk mengoptimalkan potensi lokal secara berkelanjutan [2]. Konsep pentahelix dalam konteks desa menekankan bahwa pembangunan desa harus berbasis data dan riset (peran akademisi), didukung investasi dan inovasi (peran dunia usaha), menumbuhkan partisipasi warga (peran komunitas), difasilitasi oleh kebijakan dan anggaran (peran pemerintah), dikomunikasikan secara luas dan transparan (peran media). Pendekatan ini sejalan dengan amanat UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa, yang menekankan pembangunan berbasis potensi lokal dan partisipatif [3] [4]. Kolaborasi berbasis pentahelix yang melibatkan unsur pemerintah, komunitas, dan sektor swasta diakui sebagai kunci utama dalam mendorong lahirnya inovasi desa digital yang berkelanjutan dan inklusif [5].

Pengembangan ekonomi nasional melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dan semestinya menjadi fokus utama pemerintah. UMKM berpotensi besar dalam mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran yang masih tinggi di Indonesia. Dengan pendekatan pentahelix, pelaku UMKM dapat lebih mudah mengembangkan usahanya melalui kolaborasi antara akademisi, dunia usaha, komunitas, pemerintah, dan media. Pemerintah, melalui BUMN, berperan sebagai fasilitator dalam mendorong pertumbuhan sektor-sektor ekonomi seperti industri manufaktur, perdagangan, dan jasa. Dukungan terhadap UMKM akan semakin efektif jika didukung oleh tata kelola yang baik (good governance) dan pemanfaatan media digital seperti e-commerce sebagai sarana promosi. Dengan strategi ini, pelaku UMKM akan lebih siap bersaing dan mampu meningkatkan daya saing ekonomi secara signifikan [6].

Perkembangan teknologi dan tren bisnis global saat ini semakin pesat dan beragam. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang paling menonjol adalah penggunaan media digital sebagai akselerator dalam proses bisnis [7]. Media digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengakses informasi secara luas dan menjangkau pasar yang ditargetkan dengan lebih efisien. Manfaatnya mencakup berbagai aspek, mulai dari branding produk, berbagi informasi, promosi, hingga strategi pemasaran. Digital branding merupakan cara membangun citra merek secara online melalui platform seperti media sosial, situs web, dan aplikasi. Sementara itu, digital marketing merujuk pada aktivitas pemasaran dan promosi produk melalui media digital atau internet, dengan tujuan menarik perhatian konsumen secara cepat dan efektif [8]. Transformasi perilaku menuju era digital membutuhkan dukungan berupa pelatihan dan pendampingan di bidang penjualan, pemasaran, serta pengelolaan keuangan. Solusi yang relevan saat ini bagi para mitra UMKM adalah peningkatan literasi digital dan finansial, disertai bimbingan dalam strategi pemasaran digital, teknik pengemasan produk, dan sistem pencatatan keuangan. Langkah-langkah ini bertujuan untuk memperkuat keberlanjutan dan daya saing usaha mikro dan kecil di tengah perubahan lanskap bisnis [9].

Data Desa Banaran Tahun 2022-2023 pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terdapat beberapa sektor jasa, kuliner dan tekstil. Adapun sebaran sektor dan jumlah UMKM seperti pada Tabel 1 :

Tabel 1. Sebaran UMKM di Desa Banaran

Sektor	Jumlah
Jasa	149
Kuliner	378
Tekstil	227

Seperti yang sudah tersampaikan diatas, bahwa Desa Banaran memiliki letak yang strategis dan berbatasan langsung dengan Kampung Batik Laweyan. Sehingga potensi sentra UMKM di bidang Tekstil juga sangat banyak. Terlebih di daerah ini juga terdapat pabrik tekstil. Sehingga banyak sekali kegiatan aktifitas yang membuat UMKM kuliner juga menggeliat di desa ini. Karena banyaknya aktifitas dan ramainya lingkungan di Desa Banaran, hampir 50% sektor UMKM berada pada jenis kuliner.

Digital marketing merupakan strategi pemasaran berbasis teknologi digital yang memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien [10]. Di era transformasi digital, pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan platform komunikasi online menjadi kunci dalam memperkuat daya saing UMKM. Melalui digital marketing, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk, berinteraksi langsung dengan konsumen, melakukan promosi yang hemat, mengakses data konsumen secara real-time dan mempermudah proses transaksi. Tidak semua UMKM memiliki pemahaman yang sama terhadap penggunaan teknologi informasi ini. Sehingga perlu adanya peningkatan mutu bagaimana caranya memasarkan / mengiklankan produk lewat penggunaan teknologi informasi. Peran akademisi, masyarakat, media dan pemerintah sangat diperlukan dalam memajukan UMKM dibidang digital marketing.

2. METODE

Kegiatan pelatihan digital marketing UMKM Desa Banaran lewat teknologi informasi dan pentahelix governance memiliki beberapa bagian kegiatan dan tahapan.

2.1 Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam pelatihan digital marketing di Desa Banaran bagi pelaku UMKM, memiliki beberapa materi teori dan praktik, yaitu :

1. **Dasar-dasar Digital Marketing.** Memberikan pengetahuan tentang pondasi strategi pemasaran yang menggunakan media digital untuk menjangkau, menarik, dan mempertahankan pelanggan. Bagi UMKM maupun bisnis besar, memahami elemen-elemen ini sangat penting agar kampanye digital berjalan efektif dan efisien.
2. **Packaging.** Memberikan pembekalan penting untuk meningkatkan daya saing produk melalui kemasan yang fungsional, menarik, dan sesuai standar pasar. Kemasan bukan hanya pelindung fisik, tapi juga wajah pertama yang dilihat konsumen dan bisa jadi penentu keputusan pembelian. Kegiatan ini dalam bentuk workshop atau praktik langsung pembuatan packaging produk pada masing-masing UMKM.
3. **Pembuatan Konten Produk.** Memberikan panduan strategis untuk menciptakan konten yang menarik, relevan, dan berdampak langsung pada penjualan serta citra merek. Konten yang baik bukan hanya soal estetika, tapi juga soal menyampaikan nilai, membangun kepercayaan, dan menciptakan koneksi emosional dengan konsumen. Kegiatan ini dalam bentuk workshop atau praktik langsung dalam pembuatan konten produk secara berkelompok.

2.2 Pelaksanaan Kegiatan

Berikut adalah rancangan prosedur pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa Banaran, Grogol, Sukoharjo, yang mencakup materi teori dan praktik:

Tabel 2. Rancangan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan	Deskripsi / Rancangan Kegiatan
Persiapan Kegiatan	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi UMKM peserta: Pendataan jenis usaha, kebutuhan digital, dan kesiapan mengikuti pelatihan.

Kegiatan	Deskripsi / Rancangan Kegiatan
	<ul style="list-style-type: none"> • Koordinasi dengan perangkat desa dan BUMDes serta UMKM: Penentuan lokasi, waktu, dan dukungan logistik. • Penyusunan modul pelatihan: Materi disusun dalam bentuk presentasi, lembar kerja, dan panduan praktik. • Penyediaan alat dan bahan: Laptop, koneksi internet, alat fotografi sederhana, bahan kemasan, dan media promosi.
Pelaksanaan Pelatihan	Durasi : 1 Jam Metode : Presentasi interaktif dan diskusi Isi Materi dan Tujuan Materi : Pentingnya digital marketing bagi pelaku UMKM di era digital. Pemateri : Fatin Fadila, M.M
Sesi Praktik : Packaging Produk	Durasi : 1 Jam Metode : Workshop pembuatan packaging produk UMKM Isi Materi dan Tujuan Materi : Praktik pembuatan packaging produk UMKM yang menarik dan ekonomis. Pemateri : Prihanto, M.Si
Sesi Praktik : Pembuatan Konten Produk	Durasi : 1 Jam Metode : Workshop pembuatan konten digital UMKM Isi Materi dan Tujuan Materi : Pembuatan konten digital untuk promosi produk UMKM yang menarik, serta menyebarkan konten digital marketing di toko online dan sosial media. Pemateri : Rahmatika, M.Pd
Evaluasi dan Tindak Lanjut	<ul style="list-style-type: none"> • Post-test dan refleksi peserta: Mengukur pemahaman dan dampak pelatihan • Pendampingan lanjutan: Konsultasi digital marketing via online WhatsApp atau kunjungan berkala • Dokumentasi dan publikasi: Laporan kegiatan, testimoni peserta, dan konten promosi hasil pelatihan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Persiapan Kegiatan

Kegiatan pelatihan Digital Marketing UMKM Desa Banaran lewat teknologi informasi dan Pentahelix Governance ini dilaksanakan atas kerjasama Desa Banaran dengan Universitas Tiga Serangkai. Persiapan yang dilakukan sebelum kegiatan yaitu :

1. Melakukan komunikasi dengan Desa Banaran khususnya dalam hal pelaksanaan kegiatan, waktu, tempat dan jumlah peserta serta sasaran peserta.
2. Menyediakan Narasumber yang kompeten dibidangnya, serta menyiapkan materi kegiatan pelatihan.
3. Mempersiapkan bahan untuk workshop/praktik langsung dalam proses Digital Marketing.
4. Menyiapkan kuesioner kegiatan untuk memotret tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatan pelatihan.

3.2 Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan Digital Marketing UMKM Desa Banaran dilaksanakan pada Pukul 15.00-18.00 WIB hari Kamis 18 September 2025, bertempat di halaman aula Kantor desa Banaran, Grogol, Sukoharjo. Tema yang diusung dalam kegiatan ini adalah **“Sosialisasi UMKM Berbasis Teknologi Informasi, Branding Kuat, Marketing Cepat, UMKM**

Melesat". Diikuti oleh 49 Peserta yang terdiri dari berbagai macam UMKM. Adapun detail pelaksanaan kegiatan pelatihan adalah sebagai berikut :

1. Penyampaian materi pentingnya digital marketing bagi pelaku UMKM di era digital. Yang disampaikan oleh Narasumber Ibu Fatin Fadila, M.M. Yang mana sebelum materi pertama dimulai, terdapat sambutan dari Desa Banaran bahwa kegiatan ini sangat membantu bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan produk-produk lokal. Hal ini sejalan dengan materi yang disampaikan oleh Narasumber pada sesi pertama ini.



Gambar 1. Penyampaian Materi Pentingnya Digital Marketing

2. Penyampaian materi praktik pembuatan packaging produk UMKM yang menarik dan ekonomis. Yang dipandu dan di isi oleh Bapak Prihanto, M.Si



Gambar 2. Materi Pembuatan Packaging

Dalam penyampaian materinya, Narasumber (Bapak Prihanto, M.Si) menyampaikan bahwa kesan pertama konsumen ketika membeli produk adalah kemasan yang menarik. Sehingga dalam sesi ini, peserta diberikan pembekalan bagaimana caranya membuat kemasan yang menarik, murah, berkualitas dan tentunya meningkatkan daya beli produk UMKM.



Gambar 3. Packaging Produk UMKM

3. Penyampaian materi pembuatan konten digital untuk promosi produk UMKM yang menarik, serta menyebarluaskan konten digital marketing di toko online dan sosial media. Dengan narasumber Ibu Rahmatika, M.Pd



Gambar 4. Penyampaian Materi Pembuatan Konten Digital

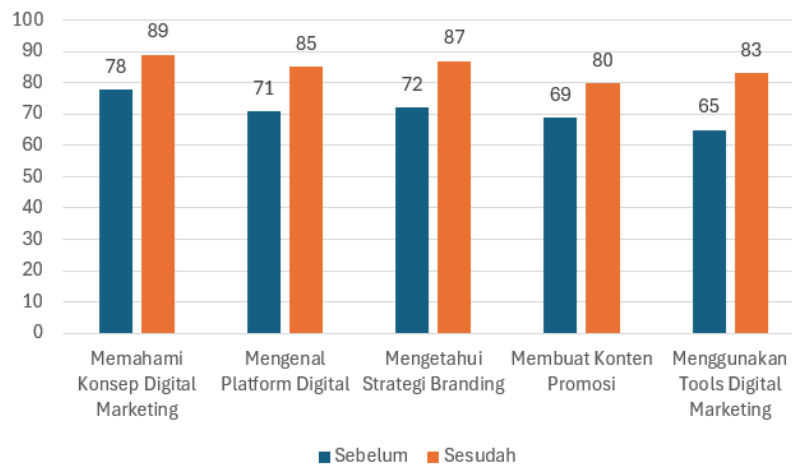
3.3 Evaluasi Tindak Lanjut

Pelaksanaan kegiatan pelatihan Digital Marketing ini diikuti oleh 49 Peserta UMKM dengan didominasi para perempuan dan ibu-ibu penggerak serta anggota PKK Desa Banaran. Peserta sangat antusias mengikuti kegiatan dari awal sampai akhir bahkan sampai dilanjutkan dengan proses konsultasi mandiri sesuai acara pelatihan.



Gambar 5. Kegiatan Sosialisasi UMKM Berbasis Teknologi Informasi, Branding Kuat, Marketing Cepat, UMKM Melesat

Untuk melihat hasil pelatihan digital marketing, dilakukan PreTest dan PostTest dalam bentuk kuesioner yang diberikan sebelum dan sesudah pelatihan. Penilaian ini didasarkan pada kemampuan peserta dalam menjawab dan sejauh mana keterlibatan teknologi informasi dalam mendukung kegiatan UMKM.



Gambar 6. Grafik Hasil Evaluasi Pelatihan Digital Marketing UMKM Desa Banaran

Jika dilihat pada Gambar 6 diatas, pelaku UMKM di Desa Banaran sebenarnya sudah memiliki kemampuan dalam memahami konsep digital marketing. Hanya saja beberapa dari mereka enggan menggunakan media promosi digital karena merasa ribet dan susah. Dengan terlaksananya pelatihan ini, pelaku UMKM menjadi semakin sadar dan yakin bahwa teknologi informasi harus menjadi bagian kegiatan marketing. Strategi branding lewat meningkatkan citra kualitas dari packaging juga dapat menjadi salah satu bagian untuk meningkatkan penjualan.

Tindak lanjut pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM di Desa Banaran tidak cukup hanya dengan “selesai pelatihan, lalu pulang.” Justru di sinilah orkestrasi pentahelix dimulai, sebuah kolaborasi lima unsur yang meliputi pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media. Tindak lanjut yang dapat dikembangkan lewat desain pentahelix yaitu :

1. Pemerintah desa menyediakan platform desa digital berupa website, katalog produk dan informasi potensi desa lainnya.
2. Perguruan tinggi melakukan pendampingan pasca pelatihan serta melakukan riset pengembangan konten digital.
3. Pelaku UMKM melakukan kolaborasi promosi antar pelaku usaha dengan jenis usaha / produk yang berbeda (kolaborasi produk).

4. Pemuda desa lewat Karang Taruna ikut serta dalam kampanye digital kolektif yang berfokus pada kemajuan UMKM. Seperti contohnya kegiatan UMKM Melesat, Ayo Belanja Produk Lokal, atau dalam bentuk festival desa (bazar murah)
5. Publikasi kisah sukses UMKM lewat media digital.

4. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pelatihan digital marketing UMKM Desa Banaran lewat teknologi informasi dan pentahelix governance dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kegiatan pelatihan telah terlaksana pada hari Kamis 18 September 2025 pukul 15.00 – 18.00 WIB di Aula Kantor Desa Banaran Grogol Sukoharjo. Peserta yang hadir sebanyak 49 Orang dari pelaku UMKM Desa Banaran.
2. Peserta pelatihan sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini. Ini terbukti dari hasil kegiatan diperoleh bahwa terdapat peningkatan pemahaman konsep digital marketing sebesar 11%, pengenalan platform digital sebesar 14%, pengetahuan tentang strategi branding sebesar 15%, pengetahuan dan pemahaman mengenai pembuatan konten promosi sebesar 11% dan penggunaan tools digital marketing sebesar 18%.
3. Kegiatan serupa dan melibatkan 5 unsur (pentahelix) pemerintahan, akademisi, pelaku usaha, komunitas dan media dapat dilaksanakan kembali agar cita-cita pelaku UMKM menjadi UMKM kuat melesat dapat terwujud dengan baik seiring perkembangan teknologi informasi.

5. SARAN

Kegiatan ini akan terus berjalan seiringnya waktu karena Desa Banaran merupakan salah satu desa binaan Universitas Tiga Serangkai. Masih terdapat potensi desa yang dapat di eksplor guna meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Banaran. Kegiatan-kegiatan lanjutan digital marketing bagi pelaku UMKM juga masih sangat dibutuhkan. Selain hal tersebut, model Pentahelix Governance dapat menyelaraskan kebutuhan Masyarakat, pemerintahan, kegiatan wirausaha dan akademik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) yang telah memberi dukungan lewat program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Batch III Tahun 2025. Nomor Kontrak 338/C3/DT.05.00/PM-BATCH III/2025 tanggal 10 September 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Wijayanto and A. D. Pratomo, "Peningkatan Eksistensi Badan Usaha Milik Desa Bina Karya Mandiri dengan Sistem Informasi Berbasis Web," *Jurnal Abdimas PHB*, vol. 5, no. 2, pp. 287-292, 2022.
- [2] H. Hakim and E. Yusuf Wahyudi, "Model Pentahelix dalam Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes): Studi pada BUMDes Panggung Lestari," *Journal of Governance Innovation*, vol. 6, no. 1, pp. 28-47, 2024.
- [3] S. M. Sugito, "Antara News," Indonesia, 02 Febriary 2025. [Online]. Available: <https://babel.antaranews.com/berita/464038/collaborative-governance-dengan-pendekatan-pentahelix-dalam-pengembangan-desa-wisata-berkelanjutan>. [Accessed 24 September 2025].
- [4] N. G. Mas Wiarta, N. D. M. S. Diwyarthi, I. M. S. Adnyana, I. W. Jata, M. Darmiati and I. W. Adi Permana, "Kolaborasi Pentahelix di Desa Wisata Keliki Gianyar Dalam Mendukung Pengembangan Wisata Budaya Berkelanjutan dan Ramah Lingkungan,"

- Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 7, no. 1, pp. 42-48, 2024.
- [5] H. Syuhada and Z. Harirah, "Implementasi Inovasi Desa Digital dari Kerjasama Pentahelix di Desa Sungai Petai Kabupaten Kampar," *Jurnal COMM-EDU*, vol. 8, no. 1, pp. 115-122, 2025.
- [6] L. Rahmawaty, N. S. Mulyani, T. Faturrahman and N. Rahmawati, "Collaborative Governance Strategy in Developing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMES) Using the Pentahelix System," *JIANA: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, vol. 21, no. 2, pp. 132-140, 2023.
- [7] D. Remawati, Y. R. Wahyu Utami, S. H. Fitriasih, T. Irawati and H. Wijayanto, "Sistem Informasi Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pada Lembaga Terapi Mutiara Al Islam Surakarta," *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, vol. 1, no. 6, pp. 958-964, 2023.
- [8] P. Sukmasetya, H. Apriyani, T. Wahyuni, B. S. Wulan, W. Nugroho and A. H. Ardiyansah, "Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono," *Jurnal Abdimas PHB*, vol. 4, no. 3, pp. 322-328, 2021.
- [9] D. Rachmawati, H. Wijaya, A. N. Haryudiniarti and N. F. Dewi, "Optimalisasi UMKM "Go Digital" Melalui Literasi Digital dan Literasi Financial UMKM Keripik Basreng Bibu Tirtajaya, Depok," *Jurnal Abdimas PHB*, vol. 7, no. 2, pp. 465-473, 2024.
- [10] R. Aditya and R. Y. Rusdianto, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, vol. 2, no. 2, pp. 96-102, 2023.