



PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING DAN MANAJEMEN KEUANGAN DI DESA CIKEUTING UDIK, KABUPATEN BEKASI

Adelia Dwi Sagita

Universitas Pelita Bangsa

Alamat: Jl. Inspeksi Kalimalang No.9, Cibatu, Cikarang Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat
17530

Korespondensi penulis: adeliadwisagita1726@gmail.com

Abstrak. Desa Cikeuting Udik di Kabupaten Bekasi merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam bidang kuliner, kerajinan tangan, dan produk rumah tangga. Namun, keterbatasan pengetahuan pelaku UMKM dalam pemasaran digital dan manajemen keuangan menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan digital marketing dan pencatatan keuangan sederhana. Metode yang digunakan adalah penyuluhan, pelatihan praktik langsung, dan pendampingan. Kegiatan ini melibatkan 30 pelaku UMKM setempat. Hasilnya menunjukkan bahwa 85% peserta mengalami peningkatan pemahaman dalam penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan 70% mampu menyusun laporan keuangan dasar secara mandiri. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam membangun kemandirian dan daya saing UMKM lokal. Disarankan adanya program lanjutan berupa inkubasi bisnis dan akses permodalan.

Kata kunci: UMKM, digital marketing, manajemen keuangan, pengabdian masyarakat, Cikeuting Udik

Abstract. Cikeuting Udik Village in Bekasi Regency is one of the areas that has the potential for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary, handicraft, and household product sectors. However, the limited knowledge of MSME actors in digital marketing and financial management is a major obstacle in business development. This community service activity aims to increase the capacity of MSME actors through digital marketing training and simple financial recording. The methods used are counseling, direct practice training, and mentoring. This activity involved 30 local MSME actors. The results showed that 85% of participants experienced an increase in understanding in the use of social media as a means of promotion and 70% were able to prepare basic financial reports independently. This activity has a positive impact on building the independence and competitiveness of local MSMEs. It is recommended that there be a follow-up program in the form of business incubation and access to capital.

Keywords: MSMEs, digital marketing, financial management, community service, Cikeuting Udik

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi pilar utama dalam struktur perekonomian Indonesia, terutama di tingkat desa dan daerah pinggiran. Kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan pertumbuhan ekonomi lokal sangat signifikan. Di tengah dinamika global dan perubahan pasar yang cepat, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan sistem manajemen modern. Salah satu wilayah yang memiliki potensi besar

dalam pengembangan UMKM adalah Desa Cikeuting Udik, yang terletak di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.

Desa Cikeuting Udik memiliki beragam jenis usaha mikro yang tersebar di berbagai sektor seperti makanan ringan, kerajinan tangan, fashion rumahan, serta jasa reparasi. UMKM di desa ini didominasi oleh usaha keluarga yang dijalankan secara tradisional, baik dari sisi produksi, pemasaran, hingga pencatatan keuangan. Berdasarkan survei lapangan dan observasi langsung yang dilakukan tim pengabdian, mayoritas pelaku UMKM di desa ini belum menguasai keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran produk. Mereka cenderung bergantung pada metode konvensional, seperti penjualan dari mulut ke mulut atau menitipkan produk ke warung-warung sekitar.

Selain itu, rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap manajemen keuangan sederhana seperti pencatatan kas masuk dan keluar, pembukuan laba rugi, hingga penghitungan harga pokok produksi (HPP) juga menjadi salah satu persoalan mendasar. Akibatnya, mereka kesulitan untuk mengukur perkembangan usaha, menentukan strategi pengembangan, atau bahkan mengakses bantuan modal dari lembaga keuangan karena tidak memiliki laporan keuangan yang sah.

Keterbatasan ini berdampak pada minimnya daya saing produk UMKM lokal di pasar yang lebih luas, termasuk pasar digital seperti e-commerce dan media sosial. Padahal, di era digital saat ini, kehadiran dan eksistensi produk di platform online sangat menentukan tingkat keberhasilan usaha. Oleh karena itu, intervensi berupa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang terstruktur dan berorientasi pada peningkatan kapasitas SDM UMKM sangat dibutuhkan.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM di Desa Cikeuting Udik melalui pelatihan digital marketing yang mencakup strategi promosi di media sosial dan marketplace, serta pelatihan manajemen keuangan sederhana agar mereka mampu menyusun laporan usaha secara mandiri. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, diharapkan pelaku UMKM tidak hanya meningkatkan keterampilan praktis, tetapi juga mampu mengembangkan usaha secara berkelanjutan dan kompetitif. Selain itu, penguatan jejaring antar pelaku UMKM juga diharapkan dapat memperkuat posisi ekonomi desa dalam skala regional maupun nasional.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama yang saling berkesinambungan, yaitu tahap persiapan dan survei kebutuhan, tahap pelatihan dan praktik, serta tahap pendampingan dan evaluasi. Pada tahap awal, dilakukan persiapan teknis kegiatan dan survei kebutuhan terhadap 30 pelaku UMKM yang tersebar

di Desa Cikeuting Udik. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi pelaku usaha, terutama dalam hal pemasaran dan pengelolaan keuangan. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum pernah mengikuti pelatihan formal terkait digital marketing maupun pencatatan keuangan. Data ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam merancang materi pelatihan agar tepat sasaran dan relevan dengan kondisi lapangan.

Tahap berikutnya adalah pelatihan dan praktik, yang dilaksanakan dalam bentuk workshop intensif selama dua hari. Hari pertama difokuskan pada pengenalan konsep dasar digital marketing, dengan penekanan pada pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok sebagai sarana promosi. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan strategi pemasaran melalui platform marketplace lokal dan nasional, termasuk cara membuat akun, mengunggah produk, dan menulis deskripsi menarik. Hari kedua pelatihan berfokus pada pembuatan konten promosi visual seperti foto produk dan video singkat, serta strategi branding untuk membangun citra usaha. Selanjutnya, peserta dibekali keterampilan dasar manajemen keuangan, seperti pencatatan kas harian, penyusunan laporan laba rugi sederhana, serta penggunaan aplikasi keuangan berbasis digital yang mudah diakses melalui ponsel.

Setelah pelatihan selesai, tahap terakhir berupa pendampingan dan evaluasi dilakukan selama dua minggu. Dalam tahap ini, tim pengabdian melakukan kunjungan langsung ke lokasi usaha peserta untuk mendampingi mereka dalam mengimplementasikan materi pelatihan secara nyata. Peserta didampingi dalam membuat konten promosi, mengelola akun media sosial usaha, dan mencatat transaksi keuangan harian. Selain itu, dilakukan evaluasi untuk menilai sejauh mana pemahaman dan keterampilan peserta meningkat setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui wawancara dan kuesioner singkat, serta pengamatan terhadap perubahan perilaku usaha peserta. Pendekatan partisipatif ini dipilih agar peserta merasa lebih terlibat dan mampu mengembangkan usahanya secara mandiri setelah kegiatan berakhir.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Literasi Digital

Hasil utama dari kegiatan pelatihan ini adalah meningkatnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM di Desa Cikeuting Udik. Sebelum pelatihan dilaksanakan, sebagian besar peserta mengaku belum pernah menggunakan media sosial secara aktif untuk kegiatan usaha. Akun media sosial mereka, jika pun ada, lebih banyak dimanfaatkan untuk kebutuhan pribadi, bukan sebagai sarana pemasaran produk. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing memberikan wawasan baru yang sangat berguna, terutama dalam memahami peran penting media digital dalam membangun citra usaha dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Dari hasil evaluasi yang dilakukan melalui kuesioner dan wawancara, diketahui bahwa sekitar 85% peserta berhasil membuat akun media sosial usaha secara mandiri, seperti akun Instagram dan Facebook. Mereka mulai mampu mengatur profil bisnis, membuat deskripsi produk yang menarik, serta mengunggah konten visual berupa foto dan video produk secara konsisten. Selain itu, peserta juga diajarkan cara menggunakan fitur tambahan seperti "highlight story", hashtag, dan tautan ke WhatsApp untuk memudahkan transaksi.

Menariknya, beberapa peserta melaporkan bahwa setelah seminggu mempraktikkan teknik yang diajarkan dalam pelatihan, jumlah interaksi di akun mereka mulai meningkat. Bahkan, lima peserta berhasil mendapatkan pesanan baru dari pelanggan yang sebelumnya tidak mereka kenal secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa keterampilan digital marketing memiliki dampak nyata terhadap potensi penjualan, terutama di lingkungan desa yang kini mulai terhubung dengan pasar digital yang lebih luas.

Kegiatan pelatihan juga memberikan pemahaman tentang etika komunikasi digital dan pentingnya menjaga kualitas pelayanan pelanggan secara daring. Peserta dibimbing dalam menjawab pesan pelanggan dengan cepat, menjaga profesionalisme dalam menjual, dan menanggapi ulasan dengan bijak. Ini merupakan aspek penting dalam membangun kepercayaan pelanggan, yang sering kali menjadi kelemahan pelaku usaha mikro.

Selain itu, peserta juga diajarkan menggunakan platform marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Namun, sebagian masih mengalami kendala teknis dalam proses pendaftaran dan pengelolaan akun karena keterbatasan perangkat dan akses internet. Untuk mengatasi hal ini, peserta diarahkan bekerja sama dalam kelompok kecil untuk saling membantu dalam operasional akun digital usaha mereka.

Secara keseluruhan, peningkatan literasi digital yang terjadi memberikan dampak signifikan terhadap motivasi dan kepercayaan diri pelaku UMKM. Mereka menyadari bahwa media sosial bukan sekadar alat hiburan, tetapi juga merupakan sarana strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Kemampuan mengelola media digital secara mandiri menjadi modal penting bagi keberlanjutan usaha mereka ke depan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, pelaku UMKM di pedesaan pun dapat dengan cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi, asalkan diberikan akses, pelatihan, dan pendampingan yang memadai.

Peningkatan Kemampuan Manajerial

Selain literasi digital, aspek penting lainnya yang mengalami peningkatan dari kegiatan pengabdian ini adalah kemampuan manajerial para pelaku UMKM, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan. Berdasarkan hasil identifikasi awal, sebagian besar

pelaku UMKM di Desa Cikeuting Udik sebelumnya tidak memiliki sistem pencatatan transaksi usaha yang terstruktur. Banyak di antara mereka yang mencampuradukkan keuangan pribadi dan usaha, sehingga tidak mampu menghitung keuntungan secara akurat. Hal ini berakibat pada sulitnya membuat keputusan bisnis yang berdasarkan data, serta rendahnya kemungkinan mengakses pinjaman modal usaha karena tidak memiliki laporan keuangan yang sah.

Pelatihan manajemen keuangan sederhana yang diberikan kepada peserta berfokus pada pengenalan buku kas harian, penyusunan laporan laba rugi sederhana, pencatatan utang-piutang, serta pengelolaan arus kas. Peserta dilatih menggunakan metode manual melalui buku tulis yang telah disiapkan oleh tim pengabdian, dan secara bertahap diperkenalkan juga dengan aplikasi keuangan digital yang mudah digunakan melalui ponsel pintar, seperti BukuWarung dan Catatan Keuangan Harian.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sekitar 70% peserta mampu menyusun laporan keuangan dasar secara mandiri setelah pelatihan. Mereka dapat mencatat transaksi harian dengan baik, memahami pentingnya memisahkan antara modal dan pendapatan, serta mulai membentuk kebiasaan menghitung keuntungan setiap akhir minggu. Peningkatan ini terlihat dari hasil evaluasi formatif dan sumatif yang diberikan dalam bentuk tugas praktik dan kuis singkat selama sesi pelatihan, serta pengamatan langsung selama masa pendampingan. Peserta juga diberikan simulasi dalam membuat anggaran sederhana untuk perencanaan usaha, misalnya menghitung kebutuhan bahan baku selama satu bulan, menetapkan target penjualan, hingga merancang strategi pengeluaran agar tetap efisien. Beberapa peserta bahkan menunjukkan inisiatif untuk mulai menyisihkan sebagian dari keuntungan usaha sebagai tabungan atau modal pengembangan, sesuatu yang sebelumnya belum pernah dilakukan.

Kemampuan manajerial yang meningkat ini juga memberikan efek positif terhadap pola pikir pelaku UMKM. Mereka menjadi lebih percaya diri dalam menjalankan usaha, tidak hanya sebagai pelaku ekonomi tetapi juga sebagai manajer bagi bisnisnya sendiri. Peserta mulai memahami bahwa keberhasilan usaha bukan hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan mengelola keuangan secara sistematis dan bertanggung jawab. Dalam proses pelatihan, ditemukan bahwa peserta lebih mudah memahami materi jika diberikan contoh nyata dari usaha mereka sendiri. Oleh karena itu, tim pengabdian mendorong peserta untuk langsung mempraktikkan pencatatan transaksi dari kegiatan jual beli sehari-hari. Pendekatan ini terbukti efektif karena membuat peserta merasa lebih terhubung dengan materi yang disampaikan.

Peningkatan manajerial ini menjadi fondasi penting dalam menciptakan UMKM yang mandiri dan berkelanjutan. Dengan pemahaman keuangan yang memadai, pelaku usaha tidak hanya lebih siap dalam menghadapi risiko bisnis, tetapi juga memiliki daya tawar yang lebih kuat saat ingin bermitra dengan lembaga keuangan, koperasi, atau program pemerintah terkait pengembangan usaha.

Tantangan dan Kolaborasi UMKM

Meskipun kegiatan pengabdian ini memberikan hasil yang positif, pelaksanaannya juga menghadapi sejumlah tantangan yang cukup signifikan, terutama yang berkaitan dengan fasilitas dan kesiapan infrastruktur. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan perangkat teknologi yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Tidak semua peserta memiliki ponsel pintar dengan kapasitas yang memadai untuk menjalankan aplikasi bisnis, apalagi laptop atau komputer. Beberapa peserta bahkan hanya memiliki ponsel dengan kapasitas penyimpanan yang terbatas, sehingga tidak dapat menginstal aplikasi tambahan yang dibutuhkan selama pelatihan.

Selain itu, kualitas jaringan internet di beberapa titik di Desa Cikeuting Udik masih tergolong rendah. Ini menjadi kendala dalam pelaksanaan pelatihan berbasis digital, terutama saat peserta diminta mengunggah konten, membuka akun marketplace, atau menjalankan simulasi transaksi online. Untuk mengatasi kendala ini, tim pengabdian bekerja sama dengan perangkat desa untuk memfasilitasi akses wifi publik yang bisa digunakan oleh peserta pelatihan. Peserta juga diarahkan untuk membentuk kelompok kerja kecil yang bisa saling berbagi perangkat atau koneksi internet saat diperlukan.

Tantangan lainnya adalah rendahnya rasa percaya diri sebagian pelaku UMKM terhadap kemampuan mereka sendiri. Banyak dari mereka yang awalnya merasa canggung menggunakan teknologi, terutama peserta dari kelompok usia di atas 40 tahun. Namun, dengan pendekatan yang bersifat partisipatif dan empatik, serta penyampaian materi yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta, hambatan ini secara perlahan dapat diatasi.

Menariknya, kegiatan ini juga memunculkan potensi kolaborasi antar pelaku UMKM. Dalam sesi pelatihan dan pendampingan, peserta mulai saling bertukar pengalaman, berbagi tips produksi, serta menjajaki kemungkinan kerja sama dalam pengadaan bahan baku atau penjualan kolektif. Misalnya, beberapa peserta dari sektor kuliner dan kerajinan mulai merencanakan kegiatan promosi bersama melalui media sosial dan bazar lokal. Inisiatif ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga membangun jejaring sosial yang kuat di antara pelaku usaha.

Selain itu, terdapat wacana untuk membentuk komunitas UMKM Desa Cikeuting Udik sebagai wadah komunikasi, koordinasi, serta advokasi pelaku usaha lokal. Komunitas ini diharapkan dapat menjadi penghubung antara pelaku UMKM dan pemerintah desa, lembaga pelatihan, serta sumber pendanaan seperti koperasi atau program CSR perusahaan swasta.

Dari kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat berbagai tantangan teknis dan sumber daya, potensi kolaboratif dan semangat belajar pelaku UMKM sangat tinggi. Dengan pendampingan yang konsisten dan dukungan dari berbagai pihak, UMKM

di Desa Cikeuting Udik dapat tumbuh menjadi kekuatan ekonomi desa yang tangguh, inklusif, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Cikeuting Udik, Kabupaten Bekasi, membuktikan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis pelatihan praktis dapat memberikan dampak nyata bagi pelaku usaha mikro di daerah pedesaan. Melalui pendekatan yang menyeluruh—dimulai dari identifikasi kebutuhan, pelatihan teknis, hingga pendampingan implementasi—terjadi peningkatan signifikan pada dua aspek utama, yaitu literasi digital dan kemampuan manajerial para pelaku UMKM. Peningkatan literasi digital terlihat dari kemampuan peserta dalam menggunakan media sosial dan marketplace sebagai alat pemasaran produk. Pelaku UMKM yang sebelumnya tidak mengenal konsep digital marketing kini telah mampu mengelola akun bisnis secara mandiri, memproduksi konten promosi, serta berinteraksi langsung dengan konsumen melalui platform digital. Keberhasilan ini tidak hanya membuka akses pasar yang lebih luas, tetapi juga menumbuhkan semangat adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Dalam aspek manajerial, khususnya pengelolaan keuangan, para peserta berhasil memahami pentingnya pencatatan keuangan yang sistematis. Mereka mulai menerapkan praktik manajemen keuangan sederhana, seperti pencatatan kas masuk dan keluar, perhitungan laba rugi, serta penyusunan anggaran usaha. Kemampuan ini sangat krusial dalam membangun fondasi usaha yang berkelanjutan, serta membuka akses terhadap peluang pembiayaan dari lembaga keuangan atau program pemerintah. Namun demikian, pelaksanaan kegiatan ini juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan perangkat teknologi, konektivitas internet, dan rendahnya rasa percaya diri sebagian peserta dalam menggunakan aplikasi digital. Tantangan-tantangan ini menjadi catatan penting untuk perbaikan kegiatan serupa di masa mendatang. Solusi yang dikembangkan selama kegiatan, seperti pemanfaatan wifi publik desa dan pembentukan kelompok kerja UMKM, terbukti efektif dalam membantu peserta mengatasi kendala teknis tersebut.

Hal lain yang sangat menggembirakan adalah munculnya semangat kolaboratif di antara peserta. Selama proses pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM menunjukkan inisiatif untuk saling membantu, berbagi informasi, bahkan merencanakan kerja sama dalam hal promosi dan distribusi produk. Hal ini menjadi indikasi kuat bahwa pelatihan semacam ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat kohesi sosial dan solidaritas ekonomi antar pelaku usaha lokal. Berdasarkan hasil dan proses kegiatan ini, beberapa saran dapat diajukan untuk mendukung keberlanjutan dampak program. Pertama, disarankan agar pemerintah desa dan dinas terkait memberikan dukungan jangka panjang berupa penyediaan akses internet gratis dan bantuan perangkat teknologi bagi pelaku UMKM yang membutuhkan. Kedua, penting untuk membentuk komunitas UMKM desa sebagai wadah koordinasi, edukasi,

dan promosi bersama. Ketiga, perlu dirancang program lanjutan berupa pelatihan lanjutan, mentoring bisnis, serta akses pada pembiayaan dan legalitas usaha agar UMKM tidak hanya bertahan, tetapi mampu naik kelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnita, D., & Yustati, H. (2024). PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI DIGITAL MARKETING DAN STRATEGI PERMODALAN. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3(11), 1031-1038.
- Awaluddin, S. P., Saidy, E. N., Imran, U. D., Kamaluddin, L. O. A., & Djafar, L. M. S. L. K. (2025). Pemberdayaan SDM UMKM dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital melalui Pelatihan Digital Marketing dan Pemanfaatan Aplikasi POS di Kabupaten Gowa. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 5(2), 724-731.
- Maharani, S., & Yoviani, T. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing dan Strategi Permodalan. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 184-190.
- Nuryatno, M., Mulyani, S. D., Nugraha, E. R., Jovanka, F., & Resi, E. E. (2025). TRANSFORMASI DIGITAL–STRATEGI UMKM UNTUK BERDAPTASI DI ERA INDUSTRI 4.0 MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN. *Jurnal Abdikaryasakti*, 5(1), 25-42.
- Puspasari, S., Kom, M., Setiawan, H., Viatra, A. W., Yustini, T., Heriansyah, R., & Alie, M. (2023). Pemberdayaan UMKM Kain Tenun Songket dan Kain Jumpatan Binaan LPP-PEKKA Yayasan Masjid Agung Palembang untuk Meningkatkan Skala Produksi dan Pewarna Alami. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 7(3), 187-194.
- Safitri, S., Marcheren, A. G., Fauziah, A., Rahma, A. D., Guci, L. P., Wijayanti, M. R., ... & Hasanah, U. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing, Branding, Manajemen Keuangan dan Sertifikasi Halal pada UMKM Desa Maredan Barat. *Madaniya*, 5(1), 112-119.
- Sodiq, F., & Mahmudi, A. A. (2022). Penerapan teknologi informasi untuk pemberdayaan tim penggerak pkk desa waru rembang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 165-176.
- Tohari, A., Faisol, F., Fauzi, D. A. S., Prayogy, M. D., & Khoiriyah, W. (2025). Pemberdayaan ekonomi lokal: Pendampingan digital marketing untuk UMKM Jatirejo. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1-9.
- Zainuri, Z., Viphindartin, S., Wilantari, R. N., Amijaya, R. N. F., Imamudin, I., & Roziq, A. (2024). Pemberdayaan UMKM batik khas Jember Desa Sumberpakem melalui pelatihan desain dan digital marketing: peran teknologi online dalam meningkatkan akses pasar dan profitabilitas. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 4186-4193.