

Short Communication

Empowering MSMEs in Nagrak Village, Purwakarta Regency through Business Mapping and Digital Marketing

Mohamad Subroto Alirejo^{*1}, Annisa Maharani R¹, Mohamad Obby Adianto²

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wibawa Karta Raharja, **Indonesia**; Universitas Sriwijaya, **Indonesia**

***Correspondence Author:** Mohamad Subroto Alirejo

Jl. Jend. Ahmad Yani No.21, Nagri Tengah, Kec. Purwakarta, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41114.

 aliredjo@yahoo.com

This article
contributes to:



Abstract. This community empowerment program aims to increase the capacity of MSMEs in Nagrak Village, Purwakarta Regency, through Google Maps-based business mapping and digital marketing training. Problems identified in the field include minimal technology utilization, the absence of MSME distribution maps as baseline data for economic development, and the low ability of business actors to market products digitally. Activities were carried out through field observations, data collection of MSMEs, creation of business location points on Google Maps, training in calculating the Cost of Goods Sold (COGS), and digital marketing training using social media. The results of the activities showed that MSMEs gained an understanding of digital marketing strategies, were able to create simple content for promotions, and understood the importance of recording production costs. In addition, the business mapping resulted in a database of MSME locations that can be used by the village government as a basis for developing and promoting local potential. This activity had a positive impact in the form of increased online MSME visibility and the availability of more structured spatial data. The results of this community service are expected to be the first step in strengthening a strong economic ecosystem for the village in an integrated and sustainable manner.

Keywords: MSMEs, Business Mapping, Google Maps, Digital Marketing, Community Empowerment.

Pemberdayaan UMKM Desa Nagrak Kabupaten Purwakarta melalui Pemetaan Usaha dan Digital Marketing

Abstrak. Program pemberdayaan kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Nagrak, Kabupaten Purwakarta, melalui pemetaan usaha berbasis Google Maps dan pelatihan digital marketing. Permasalahan yang ditemukan di lapangan meliputi minimnya pemanfaatan teknologi, belum adanya peta sebaran UMKM sebagai data dasar pengembangan ekonomi, serta rendahnya kemampuan pelaku usaha dalam memasarkan produk secara digital. Kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan, pendataan pelaku UMKM, pembuatan titik lokasi usaha pada Google Maps, pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), serta pelatihan pemasaran digital menggunakan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memperoleh pemahaman mengenai strategi pemasaran digital, mampu membuat konten sederhana untuk promosi, serta memahami pentingnya pencatatan biaya produksi. Selain itu, pemetaan usaha menghasilkan database lokasi UMKM yang dapat dimanfaatkan pemerintah desa sebagai dasar pengembangan dan promosi potensi lokal. Kegiatan ini memberikan dampak positif berupa meningkatnya visibilitas UMKM secara online dan ketersediaan data spasial yang lebih terstruktur. Hasil pengabdian ini diharapkan menjadi langkah awal penguatan ekosistem ekonomi yang kuat bagi desa secara terintegrasi dan berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, Pemetaan Usaha, Google Maps, Digital Marketing, Pemberdayaan Masyarakat.

Article info

Revised:

2025-9-1

Accepted:

2025-12-1

Publish:

2025-12-9



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional maupun daerah. UMKM berperan dalam peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa. Secara nasional, UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia [1]. Namun, perkembangan UMKM di wilayah pedesaan masih menghadapi berbagai kendala, terutama yang terkait dengan rendahnya literasi digital, keterbatasan pemanfaatan teknologi komunikasi, dan minimnya kemampuan pemasaran digital.

Kondisi serupa terlihat pada UMKM di Desa Nagrak, Kabupaten Purwakarta, yang sebagian besar belum memanfaatkan teknologi digital untuk promosi, pemetaan usaha, maupun pengembangan bisnis. Hasil survei awal menunjukkan bahwa pelaku UMKM belum memanfaatkan platform digital dan belum memiliki peta spasial berbasis Google Maps untuk mendokumentasikan sebaran usahanya. Padahal, digitalisasi terbukti mampu meningkatkan kapasitas UMKM melalui efisiensi operasional, akses pasar yang lebih luas, serta peningkatan kualitas layanan pelanggan [2], [3]. Selain itu, literasi digital memiliki peran strategis dalam mendorong kemampuan inovasi, kinerja bisnis, serta keberlanjutan UMKM di era ekonomi digital [4].

Pada konteks pemberdayaan UMKM pedesaan, pemanfaatan teknologi digital seperti pemetaan lokasi usaha, pemasaran berbasis media sosial, serta pengelolaan informasi berbasis data menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing. Digitalisasi dalam konteks UMKM bukan sekadar adopsi teknologi, tetapi mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam memahami, mengelola, dan mengoptimalkan teknologi untuk memperkuat strategi bisnis. Literasi digital mencakup keterampilan dalam penggunaan perangkat, komunikasi digital, pengelolaan informasi, serta kolaborasi melalui media daring[1] [2]. Digitalisasi juga mampu mempercepat pertumbuhan UMKM melalui efisiensi proses bisnis, akses pembiayaan alternatif, dan perluasan jaringan kolaborasi [3]. Dalam sektor UMKM, literasi ini menjadi krusial untuk memperluas jangkauan pasar, memperkuat daya saing, serta mendukung keberlanjutan usaha di tengah dinamika ekonomi digital [1], [5]Namun demikian, tantangan seperti kurangnya keterampilan digital, keterbatasan infrastruktur, dan rendahnya adopsi teknologi masih banyak ditemui pada UMKM, termasuk di daerah pedesaan [3],[4]. Perubahan pola konsumsi pascapandemi juga memperkuat urgensi digitalisasi UMKM. Konsumen kini lebih selektif, mengandalkan informasi online, dan menuntut pelayanan yang responsif melalui kanal digital [1]. Di sisi lain, digitalisasi memungkinkan UMKM memperkuat kualitas layanan, meningkatkan interaksi pelanggan, hingga memperluas jangkauan melalui media sosial, pemetaan usaha digital, dan sistem katalog daring [1].

Dalam konteks penguatan kapasitas pelaku UMKM, partisipasi aktif masyarakat dan pendampingan berkelanjutan terbukti memainkan peran penting dalam keberhasilan transformasi digital. Penelitian Juwita dan Andriani menunjukkan bahwa pelatihan yang dilakukan secara langsung dan berbasis praktik mampu meningkatkan kepercayaan diri serta kemandirian pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan produk mereka [6]. Intervensi berbasis komunitas juga menciptakan efek sosial positif berupa kolaborasi antar pelaku usaha lokal. Di sisi lain, transformasi digital UMKM perlu didukung oleh ekosistem yang kondusif, termasuk peran pemerintah desa dan institusi pendidikan tinggi. Penelitian Firdayanti et al. menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan pemerintah desa dalam pendampingan berbasis teknologi mampu memperkuat struktur usaha mikro secara strategis [7]. Program berbasis pengabdian masyarakat yang terintegrasi dengan kebutuhan digitalisasi terbukti mampu menjembatani kesenjangan pengetahuan dan akses teknologi yang dialami oleh UMKM di pedesaan.

Berdasarkan kondisi tersebut, program pemberdayaan ini dirancang untuk menjawab permasalahan UMKM Desa Nagrak melalui tiga pendekatan: (1) pemetaan lokasi UMKM berbasis Google Maps untuk menyediakan data spasial desa, (2) pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) untuk meningkatkan literasi keuangan, dan (3) pelatihan digital marketing sebagai upaya peningkatan visibilitas usaha secara daring. Integrasi pendekatan teknologi dan pelatihan ini sejalan dengan rekomendasi literatur

terkini yang menekankan pentingnya komunikasi digital, literasi digital, dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan [2], [3], [4].

Oleh karena itu, pengabdian ini penting untuk dilaksanakan serta memiliki pertanyaan penelitian: bagaimana efektivitas pelaksanaan program pemberdayaan UMKM Desa Nagrak melalui pemetaan digital, pelatihan HPP, dan pelatihan digital marketing dalam meningkatkan kapasitas usaha dan literasi digital pelaku UMKM?.

2. Metode Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka *Participatory Action Research* (PAR), yang memberikan ruang partisipasi aktif bagi masyarakat — dalam hal ini pelaku UMKM — sebagai *co-researcher*, bukan sekadar objek kegiatan. Dalam PAR, proses dilakukan melalui siklus reflektif yang terdiri atas identifikasi masalah, perencanaan tindakan, implementasi, dan evaluasi secara kolaboratif [8], [9]. Penelitian dilaksanakan dalam tiga tahap utama. Pertama, pemetaan usaha UMKM dilakukan melalui survei lapangan dan wawancara untuk memperoleh data spasial dan informasi usaha. Data tersebut kemudian divisualisasikan menggunakan Google My Maps untuk membuat peta interaktif sebaran UMKM, yang dapat digunakan sebagai media promosi digital sekaligus basis perencanaan pengembangan ekonomi desa [7]. Tahap kedua adalah pelatihan literasi keuangan, yang difokuskan pada penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Pelatihan ini bertujuan agar pelaku UMKM memahami struktur biaya dan mampu menentukan harga jual secara rasional. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk workshop, diskusi kelompok, dan simulasi langsung. Tahap ketiga mencakup pelatihan digital marketing yang menitikberatkan pada penggunaan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business), pembuatan konten visual produk, serta manajemen interaksi pelanggan. Seluruh proses pelatihan dilakukan secara luring dengan metode praktik langsung bersama fasilitator.

Metode PAR dipilih karena terbukti efektif dalam kegiatan pengabdian masyarakat, khususnya untuk UMKM, karena dapat mengintegrasikan aksi langsung dan pembelajaran partisipatif secara simultan [10], [11]. Selanjutnya, evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan dengan triangulasi metode: observasi partisipatif, dokumentasi, wawancara mendalam, FGD, serta pre- dan post-test guna mengukur peningkatan kompetensi peserta [9].

3. Hasil dan Pembahasan

Program pemberdayaan UMKM di Desa Nagrak dilaksanakan sebagai respons terhadap rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses pelaku usaha terhadap teknologi pemasaran berbasis digital. Kegiatan ini dirancang untuk menjawab kebutuhan aktual pelaku UMKM, khususnya dalam hal pemetaan usaha, peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Seluruh rangkaian kegiatan berorientasi pada penguatan kemandirian ekonomi lokal berbasis teknologi. Pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program bersifat partisipatif dan aplikatif, sehingga memungkinkan pelaku UMKM terlibat langsung dalam setiap proses. Selama pelaksanaan, dilakukan berbagai kegiatan interaktif seperti survei, pelatihan, pendampingan teknis, dan demonstrasi penggunaan alat digital. Dengan demikian, hasil yang diperoleh tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga berdampak langsung pada praktik bisnis sehari-hari para peserta. Salah satu hasil konkret dari program ini adalah pemetaan lokasi UMKM secara digital.

Kegiatan pemberdayaan UMKM di Desa Nagrak dilaksanakan melalui tiga tahapan utama: pemetaan usaha, pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan

pelatihan digital marketing. Pendekatan ini dirancang untuk menjawab tantangan nyata yang dihadapi pelaku UMKM desa, khususnya dalam hal literasi digital, kapasitas manajerial, dan strategi pemasaran. Masing-masing tahapan dilaksanakan secara partisipatif dengan keterlibatan aktif masyarakat, untuk memastikan relevansi dan efektivitas intervensi.

Tahap pertama difokuskan pada pemetaan lokasi UMKM secara digital dengan menggunakan platform Google My Maps. Kegiatan pemetaan usaha di Desa Nagrak menghasilkan 15 titik lokasi UMKM yang berhasil diidentifikasi dan diintegrasikan dalam peta digital menggunakan Google My Maps. Usaha tersebut meliputi berbagai sektor, seperti makanan ringan, kerajinan tangan, laundry, percetakan, hingga konveksi. Pemetaan ini bertujuan mendokumentasikan sebaran geografis UMKM secara spasial, sekaligus sebagai media promosi digital berbasis lokasi. Proses ini dilakukan melalui observasi langsung dan pencatatan lokasi usaha, yang kemudian dipetakan secara sistematis untuk menggambarkan sebaran spasial pelaku UMKM di wilayah Desa Nagrak. Pendekatan ini mendukung literatur yang menegaskan bahwa penggunaan teknologi geospasial dapat membantu meningkatkan visibilitas UMKM dan mendorong kolaborasi antar pelaku usaha [7]. Jenis usaha yang teridentifikasi mencakup sektor makanan ringan, kerajinan tangan, percetakan, *laundry*, dan konveksi. Visualisasi ini tidak hanya memberikan gambaran spasial distribusi usaha, tetapi juga menjadi sarana promosi berbasis lokasi yang dapat diakses publik. Integrasi teknologi geospasial seperti ini terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas usaha dan memperkuat potensi jejaring antar pelaku UMKM.

Pada tahap kedua, pelatihan HPP diberikan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan dasar dalam menyusun struktur biaya produksi. Pelatihan HPP diberikan kepada seluruh pelaku UMKM untuk meningkatkan pemahaman dasar dalam menyusun struktur biaya produksi. Materi pelatihan meliputi klasifikasi biaya tetap dan variabel, perhitungan total biaya produksi, serta margin keuntungan. Peningkatan pemahaman peserta dapat ditunjukkan melalui perbandingan hasil evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan, yang mengindikasikan adanya perkembangan signifikan dalam aspek literasi keuangan. Temuan selama kegiatan menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner, sebelumnya belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai komponen biaya produksi secara menyeluruh. Setelah mengikuti pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), peserta menjadi lebih mampu menyusun struktur biaya dan menetapkan harga jual secara lebih rasional dan sesuai dengan prinsip efisiensi usaha. Pemahaman yang baik mengenai struktur biaya produksi menjadi salah satu faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan dan mendorong pertumbuhan usaha kecil, terutama dalam pengambilan keputusan harga yang tepat dan efisien [12].

Selanjutnya, pelatihan digital marketing difokuskan pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Sesi pelatihan digital marketing mencakup materi dasar pengelolaan akun bisnis di Instagram, Facebook, serta penggunaan WhatsApp Business untuk katalog produk. Selain itu, peserta diajarkan teknik fotografi produk menggunakan ponsel dan cara membuat caption yang menarik. Hasil pengamatan selama sesi pelatihan menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta dalam mengikuti praktik digital marketing, khususnya pada saat pembuatan konten promosi dan pengelolaan akun media sosial usaha. Berdasarkan temuan selama pelatihan, diketahui bahwa mayoritas peserta belum memiliki pengalaman dalam menggunakan media sosial secara optimal sebagai sarana promosi usaha. Pasca pelatihan, peserta menunjukkan ketertarikan yang lebih besar untuk secara konsisten memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi usaha

mereka. Kemampuan literasi digital berperan strategis dalam memperluas akses pemasaran dan meningkatkan jangkauan usaha ke segmen pasar yang lebih luas [13].

Selama implementasi kegiatan, ditemukan beberapa tantangan seperti rendahnya akses internet di titik-titik tertentu, keterbatasan perangkat gawai, serta variatifnya tingkat pemahaman teknologi di kalangan peserta. Tim pelaksana merespons dengan pendekatan langsung dan penggunaan metode demonstratif yang lebih sederhana, serta membagi peserta dalam kelompok kecil untuk pendampingan intensif. Temuan ini menunjukkan bahwa inisiatif digitalisasi UMKM di wilayah pedesaan memerlukan pendekatan pelatihan yang disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan masyarakat setempat agar dapat diimplementasikan secara efektif. Keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan partisipatif, transformasi digital UMKM di desa tetap dapat dicapai secara efektif.

Dampak awal dari program ini terlihat pada peningkatan motivasi peserta dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama untuk promosi usaha dan pembukuan sederhana. Selain itu, peta digital UMKM Desa Nagrak kini dapat diakses secara publik, menjadi sarana promosi desa berbasis data dan visual interaktif. Keberlanjutan program dirancang melalui rencana tindak lanjut berupa pengelolaan akun media sosial bersama tingkat desa serta rencana integrasi data UMKM ke dalam sistem informasi desa. Upaya ini penting untuk menjaga kesinambungan program dan memastikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat lokal. Upaya pemberdayaan UMKM melalui pendekatan digital berbasis komunitas memiliki potensi besar untuk menciptakan dampak jangka panjang, terutama ketika dilakukan secara partisipatif dan didukung oleh kolaborasi antar pemangku kepentingan lokal. Pendekatan ini juga terbukti mampu mendorong adopsi teknologi secara lebih merata di tingkat akar rumput [11]. Kegiatan pemberdayaan UMKM di Desa Nagrak seperti dalam gambar dibawah ini.

Gambar 1.
Pelatihan Digital
Marketing dan HPP



Gambar 2.
Pemetaan Usaha



4. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: (a) program pemberdayaan UMKM di Desa Nagrak yang dilaksanakan melalui pendekatan pemetaan digital, pelatihan HPP, dan pelatihan digital marketing terbukti memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal. (b) Pemetaan lokasi usaha menggunakan Google My Maps berhasil mendokumentasikan sebaran geografis UMKM secara interaktif dan berfungsi sebagai media promosi yang berbasis data spasial. (c) Pelatihan HPP telah mendorong peningkatan literasi keuangan peserta dalam menyusun struktur biaya produksi dan menetapkan harga secara lebih akurat dan efisien. Pelatihan digital marketing ini untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi usaha secara daring. (d) UMKM di Desa Nagrak ditemukan beberapa tantangan seperti keterbatasan infrastruktur digital dan kesenjangan kemampuan peserta, pendekatan partisipatif dan kontekstual terbukti mampu mengatasi hambatan tersebut secara adaptif.

Hasil program pemberdayaan ini menunjukkan peningkatan motivasi dan kemampuan digital peserta, serta membuka potensi kolaborasi berbasis komunitas yang mendukung transformasi UMKM secara berkelanjutan. Dengan demikian, integrasi teknologi digital dalam pemberdayaan UMKM pedesaan bukan hanya relevan, tetapi juga krusial untuk memperkuat ketahanan ekonomi lokal di era digital.

5. Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pimpinan dan sivitas akademika STIE Wikara atas dukungan yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Nagrak dan jajaran atas segala fasilitas, kerja sama, kontribusi aktif, dan komitmen dalam pelaksanaan program pemberdayaan UMKM sehingga dapat berjalan dengan baik. Penghargaan yang sama diberikan kepada masyarakat Desa Nagrak serta para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi dan memberikan respon positif sepanjang kegiatan berlangsung. Sinergi dari seluruh pihak telah menjadi fondasi utama bagi tercapainya tujuan kegiatan secara efektif dan berkelanjutan.

6. Deklarasi

Kontribusi dan tanggung jawab penulis - Penulis memberikan kontribusi besar terhadap konsepsi dan desain penelitian. Penulis bertanggung jawab atas analisis data, interpretasi, dan pembahasan hasil. Penulis membaca dan menyetujui naskah akhir.

Pendanaan - Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal. Ketersediaan data dan materi - Semua data tersedia dari penulis.

Konflik kepentingan - Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

Apakah Anda menggunakan AI generatif untuk menulis naskah ini? - Saya tidak menggunakan bantuan AI dalam naskah saya.

Pernyataan AI generatif dan teknologi yang dibantu AI dalam proses penulisan - Selama persiapan karya ini, penulis tidak menggunakan AI untuk menulis, mengedit, atau hal lain yang terkait dengan naskah.

7. Cara Mengutip

M. S. Alirejo et al. Empowering MSMEs in Nagrak Village, Purwakarta Regency through Business Mapping and Digital Marketing. Memoirs C 2025; 1 (2): esc-54 - <https://doi.org/10.59535/nex6md62>.

8. References

- [1] V. Shakira, "The influence of the digital literacy program on msmses as an effort for business resilience in improving the national," *ProBisnis : Jurnal Manajemen*, vol. 15, no. 2, hlm. 85–90, Apr 2024.
- [2] C. Nugroho, A. Wulandari, D. Maulana, N. Rina, dan A. F. Kalaloi, "Digital communication and literacy for MSME empowerment: Evidence from a rural digital village in Indonesia," *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, vol. 8, no. 3, hlm. 4523–4535, Jun 2025, doi: 10.53894/ijirss.v8i3.7544.
- [3] T. Capeg Hadmandho, S. Isfanti Puji Lestari, dan L. Judianto, "The Impact Of Digitalization On The Growth Of Msmes In The Modern Economy," *International Journal of Economic Literature (INJOLE)*, vol. 2, no. 10, hlm. 3301–3313, 2024.
- [4] Hermansyah, U. Suhud, dan M. Rizan, "Empowering MSMEs in The Digital Era: A Systematic Literature Review on The Role of Digital Literacy," *Greenation International Journal of Economics and Accounting*, vol. 3, no. 2, hlm. 185–196, Agu 2025, doi: 10.38035/gjea.v3i2.
- [5] M. Adelia dkk., "The Effect of Digital Literacy and Technology Use on the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)," dalam *International Conference on Digital Business Innovation and Technology Management (ICONBIT)*, Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, Agu 2025, hlm. 864–872.
- [6] J. Sari, T. Mildawati, D. Widayati, Suwithe, N. Laily, dan Triyonowati, "Community Empowerment through Digital Marketing Optimization-Based Socio-preneurship Training," *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, vol. 20, no. 4, hlm. 90–102, Nov 2023, doi: 10.9734/sajsse/2023/v20i4745.
- [7] A. Firdayanti dan L. Septarina, "Pemanfaatan Google Maps Untuk Optimalisasi Pemetaan Lokasi Usaha Warga Dalam Meningkatkan Akses Dan Promosi," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, vol. 4, no. 2, hlm. 135–141, 2025, doi: 10.36448/jpmtb.v4i2.162.
- [8] F. Baum, C. MacDougall, dan D. Smith, "Participatory action research," *J Epidemiol Community Health* (1978), vol. 60, no. 10, hlm. 854–857, Okt 2006, doi: 10.1136/jech.2004.028662.
- [9] N. Afni Khafsoh dan N. Riani, "Implementation of Participatory Action Research (PAR) In Community Service Program," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 1, hlm. 237–253, 2024, doi: 10.32815/jpm.v5i1.2.
- [10] Siswadi dan A. Syaifuddin, "Penelitian Tindakan Partisipatif Metode Par (Participatory Action Research) Tantangan Dan Peluang Dalam Pemberdayaan Komunitas," *Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, vol. 19, no. 2, 2024, doi: 10.55352/uq.
- [11] N. H. Mirfaqo, Komariyah, dan A. Setiawati, "Pemberdayaan UMKM Masyarakat Melalui Digital Marketing Di Desa Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri," *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 8, no. 1, hlm. 52–60, Mei 2024, doi: 10.25170/mitra.v8i1.4693.
- [12] Sudarsono dan R. Yusuf, "The Importance of Digital Marketing As an MSME Marketing Strategy: A Literature Review Article," *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, vol. 1, no. 11, hlm. 605–609, 2023.
- [13] V. Nathalia dan R. Yuniasanti, "Development of MSMEs: The Relationship Between Digital Literacy and Digital Transformation," dalam *International Conference on Psychology UMBY*, Yogyakarta, Agu 2024, hlm. 40–47.

Publisher's Note – Future Tecno-Science Publisher stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.