

## PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN PENINGKATAN KUALITAS PENDIDIKAN SERTA OPTIMALISASI POTENSI UMKM LOKAL MELALUI PRODUK DAN PEMASARAN DI DESA BESAR II TERJUN

Bahari<sup>1</sup>, Nurul Karimah<sup>2</sup>, Meilisa Fajaria<sup>3</sup>, Evicenna yuris<sup>4</sup>

<sup>123</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

[baharihari49@gmail.com](mailto:baharihari49@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurulkharimah2001@gmail.com](mailto:nurulkharimah2001@gmail.com)<sup>2</sup>

[meilisafajaria7@gmail.com](mailto:meilisafajaria7@gmail.com)<sup>3</sup>, [evicennayusri@umsu.ac.id](mailto:evicennayusri@umsu.ac.id)<sup>4</sup>

Received: 15-09-2024

Revised: 24-09-2024

Approved: 30-09-2024

### ABSTRAK

*Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat di Desa Besar II Terjun melalui peningkatan kualitas pendidikan dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan optimalisasi produk dan pemasaran berbasis digital. Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh para pelaku UMKM Desa Besar II Terjun berjumlah 15 orang dan para guru di SDN 106192 Terjun berjumlah 20 orang. Pelaku para UMKM diberikan edukasi tentang meningkatkan pendapatan UMKM melalui pemanfaatan digitalisasi. Sementara pada kegiatan kedua adalah bekerjasama dengan pihak sekolah dalam upaya meningkatkan kualitas media pembelajaran berbasis digitalisasi. Metode kegiatan berupa sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak peningkatan pengetahuan masyarakat Desa Besar II*

**Kata Kunci:** Pendidikan, Optimalisasi UMKM, Digital Marketing, Desa Besar II Terjun

### PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat adalah salah satu pendekatan strategis dalam meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup, terutama di wilayah pedesaan. Menurut Suharto (2020), pemberdayaan bertujuan untuk mendorong masyarakat agar mampu mengembangkan potensi dan sumber daya yang dimilikinya secara mandiri. Di Indonesia, pemberdayaan masyarakat juga menjadi bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang meliputi pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Rasyid, 2018). Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa diharapkan bisa berkontribusi secara langsung dalam proses pemberdayaan masyarakat.

Desa Besar II Terjun, Kecamatan Pantai Cermin, Kabupaten Serdang Bedagai, dipilih sebagai lokasi KKN oleh Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) karena memiliki potensi besar dalam bidang pendidikan dan ekonomi, namun menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu permasalahan utama adalah kurangnya kualitas pendidikan yang masih menggunakan kurikulum 2013, sementara pemerintah sudah menerapkan Kurikulum Merdeka yang lebih relevan dan adaptif terhadap perubahan zaman (Kemendikbud, 2022). Akibatnya terjadi kesenjangan dalam mutu pendidikan yang diterima oleh masyarakat di desa ini. Hal ini menjadi fokus utama dari kegiatan KKN untuk meningkatkan kualitas pendidikan di desa tersebut melalui pelatihan guru dan pengembangan sarana prasarana pendidikan.

Selain itu, program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di desa ini. Mahasiswa KKN akan bekerja sama dengan guru dan masyarakat untuk mengadakan kegiatan yang dapat meningkatkan motivasi belajar, seperti sosialisasi dan pelatihan. Dengan meningkatkan kesadaran pada masyarakat akan pentingnya pendidikan yang dibutuhkan, diharapkan masyarakat di Desa Besar II Terjun dapat

memiliki akses yang lebih baik terhadap pendidikan berkualitas.

Melalui beberapa upaya ini, diharapkan kualitas pendidikan di Desa Besar II Terjun dapat meningkat, dan pelaku UMKM dapat lebih kompetitif di pasar yang lebih luas. Program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada masyarakat desa, tetapi juga menjadi pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu pengetahuan mereka dalam konteks nyata. Hal ini juga menciptakan kesadaran di kalangan mahasiswa akan tantangan yang dihadapi masyarakat di pedesaan, serta pentingnya keterlibatan mereka dalam upaya masyarakat di masa depan.

Di sisi lain, UMKM di Desa Besar II Terjun juga menghadapi masalah dalam mengembangkan usaha mereka. Berdasarkan penelitian Marsidi et al., (2022), UMKM di pedesaan sering kali kurang mendapatkan akses terhadap teknologi dan pengetahuan mengenai pemasaran digital, yang padahal bisa meningkatkan daya saing dan eksposur produk mereka. Produk-produk lokal seperti kue karas khas Melayu dan produksi sabun cuci piring memiliki potensi besar untuk berkembang, namun tanpa pengetahuan tentang branding dan digital marketing, pelaku UMKM kesulitan untuk memperluas jangkauan pasar mereka (Yobo et al., 2023). Oleh karena itu, pelatihan tentang pemasaran digital dan pengembangan produk menjadi salah satu fokus dari program KKN ini. Lingkungan juga menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pemberdayaan masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wiratno (2019), kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan masih rendah, yang dapat berpengaruh pada kesehatan masyarakat secara keseluruhan. Di Desa Besar II Terjun, banyak ditemukan praktik pembuangan sampah sembarangan yang mengakibatkan masalah kesehatan dan lingkungan, seperti banjir. Oleh karena itu, melalui program KKN, mahasiswa memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan pengelolaan sampah yang baik.

Dengan menggabungkan aspek pendidikan, ekonomi, dan lingkungan, program KKN di Desa Besar II Terjun berupaya memberikan solusi yang holistik untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa. Pendekatan yang komprehensif ini diharapkan mampu memberdayakan masyarakat sehingga mereka dapat berkembang secara mandiri dan berdaya saing dalam era globalisasi yang semakin kompetitif (Sari, 2020).

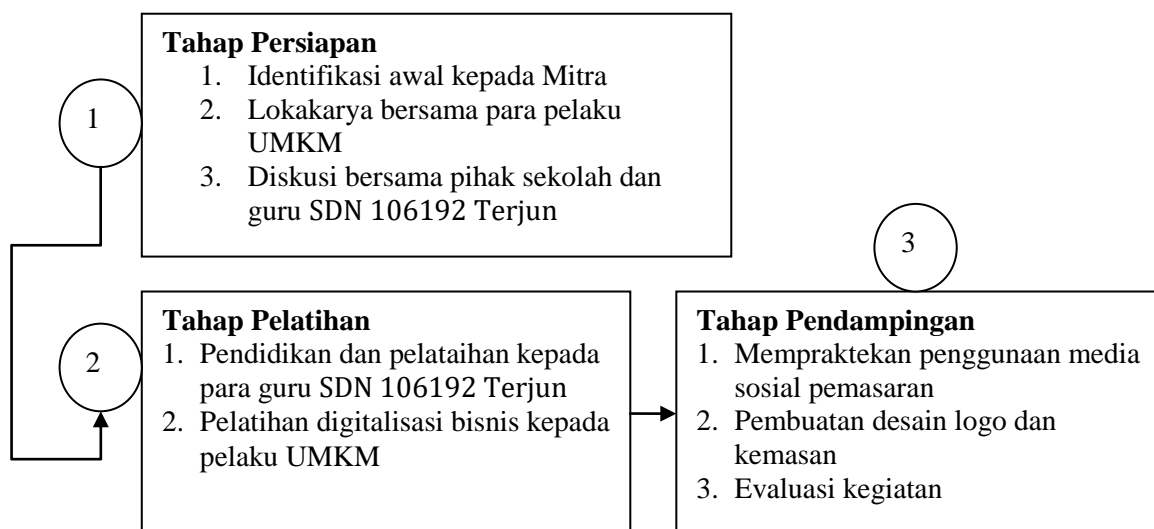
Salah satu program kerja KKN adalah pemberdayaan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan siklus kehidupan UMKM. Pertumbuhan dan perkembangan UMKM sangat ditentukan oleh kesiapan untuk mengikuti perubahan, seperti halnya digitalisasi saat ini. Tantangan global yang dihadapi para pelaku UMKM adalah masih rendahnya penguasaan digitalisasi, terutama dalam pemasaran. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pendidikan, pengetahuan internet, dan literasi teknologi yang rendah. Meskipun mayoritas UMKM telah mulai menerapkan literasi digital dalam strategi pemasaran mereka, hanya sebagian kecil yang melakukannya secara profesional, terutama di kalangan usaha mikro terkecil yang terbatas dalam sumber daya manusia dan pengetahuan teknologi (Ekawanti et al., 2023);(Susanti;Yusmaniarti, 2024);(Mutiasari et al., 2022);(Supawanhar et al., 2024).

Intaniasari et al., ( 2023) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa salah satu upaya terpenting yang disiapkan UMKM Indonesia untuk menghadapi Pasar adalah kemampuan berinovasi. Inovasi adalah salah satu strategi bagi para pelaku UMKM agar bisa bersaing di pasar. Saat ini dengan meningkatnya digitalisasi, seperti digitalisasi pemasaran, merupakan suatu keharusan untuk dapat dilakukan agar para pelaku

UMKM dapat mempertahankan keberlanjutan usaha.

## METODE KEGIATAN

Metode yang digunakan mencakup tiga tahapan utama, yaitu persiapan materi pelatihan, pelaksanaan pelatihan langsung yang melibatkan praktek penggunaan teknologi digital dalam pemasaran, serta evaluasi untuk mengukur peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola produk dan pemasaran. Melalui pendekatan dan metode penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman mengenai peran pemberdayaan pendidikan dan digital marketing dalam pengembangan UMKM, serta memberi rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut di komunitas tersebut.. Berikut pada gambar 1 akan ditunjukkan tahapan kegiatan



Gambar 1. Tahapan kegiatan PKM

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang ada di lokasi KKN maka pembahasan ini meliputi pembedayaan masyarakat dalam bidang pendidikan dan pemberdayaan UMKM.

### 1. Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Pendidikan

Pemberdayaan masyarakat di Desa Besar II Terjun melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) telah dilaksanakan dengan berbagai kegiatan yang fokus pada peningkatan pendidikan anak-anak. Kegiatan bimbingan belajar yang diadakan di posko KKN mencakup berbagai materi, seperti berhitung, membaca, dan pengetahuan umum yang penting untuk membangun fondasi pendidikan anak-anak. Dengan pendekatan yang interaktif, mahasiswa menciptakan suasana belajar yang menyenangkan dan kondusif, yang memungkinkan anak-anak untuk lebih aktif berpartisipasi dalam proses pembelajaran. Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran konstruktivis yang menyatakan bahwa siswa belajar lebih baik melalui pengalaman dan interaksi langsung dengan materi ajar (Rappaport, 2020).

Selain bimbingan belajar, mahasiswa juga memberikan pelatihan kepada guru-guru setempat mengenai penerapan Kurikulum Merdeka. Pelatihan ini mencakup

berbagai aspek, mulai dari cara menyusun rencana pelajaran yang lebih fleksibel hingga teknik evaluasi yang mendorong kreativitas dan partisipasi siswa. Sebagian besar guru di desa masih terikat pada kurikulum lama yang tidak lagi relevan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan siswa. Dengan adanya pelatihan ini, guru-guru diharapkan dapat mengimplementasikan metode pengajaran yang lebih inovatif, sehingga proses belajar mengajar menjadi lebih efektif. Pemberdayaan pendidikan juga tidak hanya terbatas pada siswa dan guru. Kegiatan-kegiatan seperti penyuluhan tentang pentingnya pendidikan bagi orang tua juga dilakukan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran orang tua mengenai pentingnya pendidikan bagi anak-anak mereka, sehingga mereka lebih mendukung dan berperan aktif dalam proses pendidikan di rumah. Melalui pendekatan holistik ini, pemberdayaan masyarakat di bidang pendidikan menjadi lebih komprehensif dan berkelanjutan (kegiatan ditunjukkan pada gambar 1).



**Gambar 2. Sosialisasi peningkatan kualitas pendidikan bersama guru di SDN 106192 Terjun**

## **2. Optimalisasi Potensi UMKM melalui Digital Marketing**

Pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial, situs web, dan platform e-commerce, tidak hanya membuka akses ke pasar yang lebih luas, tetapi juga memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan personal dengan konsumen (Mirawati, 2021). Dengan strategi yang tepat, UMKM dapat mengoptimalkan kehadiran online mereka untuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) dan mengonversi interaksi menjadi penjualan yang signifikan (Silaen et al., 2024); (Nurmala et al., 2023); (Ibrahim et al., 2020)

Penelitian Marini et al., (2024) memaparkan bahwa Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk membuat keputusan yang lebih efektif terkait penggunaan keuangan saat ini dan juga pengelolaan keuangan di masa mendatang. Selanjutnya dijelaskan pula bahwa apabila pendapatan usaha semakin tinggi maka literasi keuangan juga akan meningkat. Lebih lanjut, perilaku keuangan juga dapat mempengaruhi literasi keuangan, yaitu semakin tinggi literasi keuangan maka akan mendorong perilaku keuangan yang lebih baik. Sebaliknya apabila literasi keuangan rendah maka akan berimplikasi pada perilaku keuangan yang lebih buruk.

Optimalisasi potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Besar II Terjun juga menjadi fokus penting dalam program KKN. Pelaku UMKM, yang mayoritas merupakan pengrajin lokal, memiliki potensi besar dalam memproduksi barang-barang khas, seperti kue karas dan sabun cair. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah

kurangnya pengetahuan tentang pemasaran yang efektif, terutama dalam hal pemasaran digital.

Mahasiswa melakukan pelatihan intensif mengenai digital marketing, mencakup materi seperti branding, desain logo, dan pemasaran melalui media sosial. Pelatihan ini tidak hanya memberikan teori tetapi juga praktik langsung. Pelaku UMKM diajak untuk membuat konten promosi yang menarik dan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk mereka. Dalam era digital saat ini, penggunaan platform seperti Instagram dan Facebook menjadi sangat penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Kotler & Keller, 2016).

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan perubahan positif yang signifikan. Banyak pelaku UMKM yang sebelumnya tidak memahami konsep pemasaran digital mulai merasakan dampak positif setelah menerapkannya. Penjualan produk mereka mengalami peningkatan yang cukup berarti, yang tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga menambah kesadaran masyarakat akan produk lokal. Teori penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2022) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan berkontribusi pada adopsi teknologi. Dalam hal ini, pelatihan yang diberikan berfungsi untuk meningkatkan persepsi tersebut, sehingga pelaku UMKM merasa lebih percaya diri untuk menggunakan teknologi digital dalam pemasaran (gambar 3 dan 4).



Gambar 3. Kegiatan produksi sabun cuci piring dan memasarkan produk



Gambar 4. Pelatihan pembuatan desain logo dan spanduk

### 3. Analisis SWOT terhadap Pengembangan UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan pemerataan kesejahteraan ekonomi di berbagai daerah (Novita Sari, 2024). Dalam konteks pengembangan UMKM, analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Besar II Terjun. Kekuatan utama yang ditemukan adalah keunikan produk lokal, seperti kue karas yang dihasilkan dengan resep tradisional dan bahan-bahan alami. Produk-produk ini memiliki daya tarik tersendiri di pasaran, terutama bagi konsumen yang menghargai produk lokal dan berkualitas.

Namun, kelemahan yang signifikan adalah kurangnya pengetahuan mengenai teknologi digital dan keterbatasan modal. Banyak pelaku UMKM yang merasa kesulitan

untuk berinvestasi dalam teknologi yang diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi, serta akses ke sumber daya finansial yang lebih baik

Peluang yang diidentifikasi dalam analisis ini adalah meningkatnya permintaan pasar untuk produk lokal yang dipasarkan secara online. Dengan pertumbuhan *e-commerce* dan kesadaran masyarakat akan pentingnya mendukung produk lokal, UMKM memiliki kesempatan untuk memanfaatkan tren ini (Mariska & Sitepu, 2024). Namun, ancaman yang dihadapi adalah persaingan yang ketat dari produk serupa yang lebih dikenal di pasar. Dalam situasi ini, diferensiasi produk dan inovasi menjadi kunci untuk tetap bersaing. Sebagai rekomendasi, penting untuk mengembangkan program-program pendukung yang berkelanjutan untuk pelaku UMKM. Ini bisa berupa akses ke pelatihan lanjutan, pendampingan dalam pemasaran, serta penciptaan jaringan antara UMKM untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman. Dengan pendekatan yang komprehensif, diharapkan pengembangan UMKM di Desa Besar II Terjun dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

Melalui analisis yang lebih mendalam mengenai hasil dan dampak dari program KKN ini, diharapkan akan muncul rekomendasi yang dapat membantu meningkatkan kualitas pendidikan dan memberdayakan ekonomi lokal di Desa Besar II Terjun. Penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran tentang apa yang telah dicapai tetapi juga membuka jalan bagi penelitian lebih lanjut mengenai dampak pemberdayaan masyarakat dalam konteks yang lebih luas.

## KESIMPULAN

Pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kualitas pendidikan di Desa Besar II Terjun melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) telah menunjukkan dampak positif yang signifikan, baik bagi siswa-siswi maupun pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. Program ini tidak hanya memberikan bimbingan belajar bagi anak-anak, tetapi juga pelatihan yang bermanfaat bagi guru-guru setempat dalam menerapkan Kurikulum Merdeka. Kegiatan ini telah berkontribusi untuk meningkatkan pemahaman dasar pendidikan di kalangan anak-anak dan memperkaya kompetensi pengajaran guru, sehingga kualitas pendidikan di desa tersebut dapat meningkat.

Selain itu, pelatihan mengenai digital marketing yang diberikan kepada pelaku UMKM terbukti efektif dalam membantu mereka memahami dan menerapkan strategi pemasaran modern. Dengan memanfaatkan platform digital, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan penjualan produk lokal, seperti kue karas khas Melayu dan sabun cair. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital dapat membuka peluang baru bagi UMKM, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Namun, penting untuk dicatat bahwa keberlanjutan program ini sangat diperlukan agar perubahan yang telah dimulai dapat berjalan secara optimal. Tanpa adanya dukungan yang berkelanjutan, hasil positif yang telah dicapai bisa saja tidak bertahan lama. Oleh karena itu, kolaborasi antara pihak universitas, pemerintah daerah, dan komunitas lokal harus dipertahankan untuk memastikan bahwa inisiatif-inisiatif ini terus berlanjut. Program pelatihan lebih lanjut dan pembinaan berkelanjutan bagi guru dan pelaku UMKM perlu direncanakan agar mereka dapat terus mengembangkan kompetensi dan menghadapi tantangan di masa mendatang.

Di samping itu, perlu adanya evaluasi rutin terhadap program yang telah dilaksanakan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Dengan cara ini, program KKN tidak hanya menjadi sebuah kegiatan yang bersifat temporer, tetapi dapat bertransformasi menjadi upaya berkelanjutan dalam pemberdayaan masyarakat dan penguatan ekonomi lokal. Secara keseluruhan, hasil dari program KKN di Desa Besar II Terjun menunjukkan bahwa pendekatan yang terintegrasi dalam pendidikan dan pemberdayaan ekonomi dapat menciptakan dampak yang signifikan. Melalui kerjasama yang kuat dan komitmen terhadap pengembangan berkelanjutan, diharapkan masyarakat desa dapat mencapai kemajuan yang lebih besar dan berkelanjutan di masa yang akan datang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ekawanti, W., Qodariah, Septi Handayani, W., & Sri Wahyuni, E. (2023). Pemanfaatan Qris Dalam Rangka Percepatan Digitalisasi Umkm Pada Kelompok Usaha Di Kecamatan Parung Panjang. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 1049–1055. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i6.262>
- Ibrahim, A., Yusmaniarti, Sofita, Y. R., Sepdela, R., Putra, Z. E., Ananda, D. T., & Febrianti, M. M. (2020). *The Effectiveness of Instagram Features as a Sales Promotion Media Using Discrepancy Evaluation Model Method in Increasing Customer Loyalty*. 172(Siconian 2019), 665–673. <https://doi.org/10.2991/aisr.k.200424.101>
- Intaniasari, A. J. P., Violetta, G. L., Leonard, P. L., Setiawan, A. F., Putri, Y. D. A., Wasono, A. F., Dwianika, A., Nurhidayah, F., & El Rayyeb, A. (2023). Tantangan UMKM dalam Ekonomi Global: Pentingnya Adopsi Teknologi. *Prosiding Seminar Teknologi, Akuntansi, Bisnis, Ekonomi, Dan Komunitas*, 3(2012), 143–152.
- Marini, Yusmaniarti, Faradilla, I., & Setiorini, H. (2024). Measuring The Financial Performance Of Msmes From The Perspective Of Financial Literacy , Financial Inclusion And Financial Technology ISSN : 2338-8412. *Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 285–296. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1>
- Mariska, S. D., & Sitepu, J. M. S. (2024). Pentingnya Sosial Media Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Desa Aek Loba Afdeling 1. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Ekonomi Dan Bisnis Digital (JPMEBD)*, 1(3), 185–191.
- Marsidi, M., Ginting, H., & Supawanhar, S. (2022). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi perilaku Wajib Pajak Menggunakan E-filling Dengan Pendekatan Metode UTAUT. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1051–1066. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2650>
- Mutiasari, A. I., Kusumastuti, A. D., Paningrum, D., & Cahyani, R. R. (2022). Efektifitas Pemanfaatan Media Sosial di Masa Pandemi Covid-19 bagi Pemilik Usaha Kuliner di Kota Surakarta. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 7(2), 30–40. <https://doi.org/10.54066/jbe.v7i2.218>
- Novita Sari, Q. R. (2024). MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM MELALUI PENGENALAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DI DESA AEK LOBA AFDELING 1. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Ekonomi Dan Bisnis Digital (JPMEBD)*, 1(3), 226–232.
- Nurmala, N., Salmah, N. N. A., Darmawati, T. D., Oktariansyah, O., Hendri, E., & Arafat, Y. (2023). INOVASI USAHA MELALUI DIVERSIFIKASI PRODUK, BAHAN BAKU DAN TEKNIK PRODUKSI PADA PRODUK MAKANAN RINGAN “Nd.Rizky’S.” *Jurnal*

- Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 831–837.  
<https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i6.175>
- Silaen, K., Eddy Bachtiar, L., Silaen, M., & Parhusip, A. (2024). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Lokal Diera Online. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2(3), 1072–1079.  
<https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i3.1004>
- Supawanhar, S., Marsidi, M., Hartono, R., Ditasman, D., & Amrullah, A. (2024). MENGERAKAN EKONOMI DESA MELALUI BADAN USAHA MILIK DESA SECARA BERKELANJUTAN di DESA PADANG KUAS. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2(1), 185–190. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i1.459>
- Susanti;Yusmaniarti, M. (2024). Manajemen Keuangan di Era Digital. In Ekayana Sangkasari Paranita (Ed.), *Majalah Usahawan Indonesia* (1st ed., Vol. 34). CV QIANZY SAINS INDONESIA.
- Venkatesh, V. (2022). Adoption and use of AI tools: a research agenda grounded in UTAUT. *Annals of Operations Research*, 308(1), 641-652.
- Yobo, Y. B., Ari Duri, J., Saneraro Fakdawer, N., & Walilo, M. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Peningkatan Keterampilan Mendesain Video Menggunakan Aplikasi Filmora Bagi Dosen Dan Tendik. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(5), 533–540. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i5.110>
- Wiratno, T. A. (2019, January). Jakarta Distract: Research Practices and Artwork Development. In *Proceeding of International Conference on Visual Culture and Urban Life* (pp. 395-402).