

## Peningkatan Kualitas UMKM Wonorejo Madiun Sebagai Dasar Pengembangan Wisata Budaya

M. Fariz Fadillah Mardianto<sup>1\*</sup>, Dita Amelia<sup>1</sup>, Elly Pusporani<sup>1</sup>, Lina Nugraha Rani<sup>2</sup>,  
Naufal Ramadhan Al Akhwal Siregar<sup>1</sup>, Zidni 'Ilmatun Nurrohmah<sup>1</sup>, Anggara  
Teguh Previan<sup>1</sup>, Ferdiana Friska Rahmana Putri<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Statistika Fakultas Sains dan Teknologi

<sup>2</sup>Departemen Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Airlangga

Kampus C Mulyorejo Jl. Dr. Ir. H. Soekarno 60115 Kota Surabaya Jawa Timur

\*[m.fariz.fadillah.m@fst.unair.ac.id](mailto:m.fariz.fadillah.m@fst.unair.ac.id)

DOI: <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v10i2.24394>

Naskah 24 Januari 2024, Revisi 8 September 2024, Terbit 15 Oktober 2024

### Abstrak

Desa Wonorejo merupakan salah satu desa di Kabupaten Madiun yang memiliki potensi alam dan budaya dapat diintegrasikan dalam pengembangan ekonomi lokal melalui UMKM dan sektor pariwisata. Kegiatan pemberdayaan UMKM memberikan kesempatan pada masyarakat daerah sekitar untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan mencapai tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) dalam menjaga stabilitas ekonomi. Dengan memfokuskan pada peningkatan kualitas UMKM dan melalui kegiatan pendampingan yang tepat, desa ini dapat mencapai perkembangan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan dan pendampingan terkait digitalisasi pemasaran UMKM diintegrasikan dengan potensi Desa Wonorejo sebagai desa wisata dari wisata Candi Wonorejo. Metode dalam pengabdian Masyarakat terdiri dari beberapa tahapan. Pertama, melakukan pendampingan mengenai desain produk dan aspek pemasaran. Kedua mengenai pelatihan dalam digitalisasi UMKM dari pembuatan sosial media untuk produk UMKM. Ketiga, berupa pelatihan dalam pembuatan perizinan, legalitas usaha, dan sertifikasi halal. Keempat, berupa kegiatan mentoring dan evaluasi selama proses pendampingan dan pelatihan. Hasil dari pengabdian masyarakat ini yakni penyuluhan dan pendampingan kepada UMKM Desa Wonorejo berpengaruh positif pada peningkatan produk UMKM Desa Wonorejo. Rekomendasi dan keberlanjutan yang dapat diberikan adalah peningkatan peran masyarakat Desa Wonorejo untuk mengembangkan wisata karena sumber daya dan kualitas UMKM desa sehingga mampu mendorong keberhasilan sebagai desa wisata dari adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan.

**Kata Kunci :** wisata budaya, digitalisasi marketing, candi Wonorejo, ekonomi

### Abstract

Wonorejo Village is one of the villages in Madiun Regency which has natural and cultural potential that can be integrated into local economic development through MSMEs and the tourism sector. MSME empowerment activities provide opportunities for local communities to create jobs and achieve Sustainable Development Goals (SDGs) in maintaining economic stability. By focusing on improving the quality of MSMEs and through appropriate mentoring activities, this village can achieve inclusive and sustainable economic development. This activity aims to provide counseling and assistance regarding digitalization of MSME marketing integrated with the potential of Wonorejo Village as a tourist village for Wonorejo Temple tourism. The method of community service consists of several stages. First, provide assistance regarding product design and marketing aspects. Second, regarding training in digitalizing MSMEs from creating social media for MSME products. Third, in the form of training in obtaining permits, business legality and halal certification. Fourth, in the form of mentoring and evaluation activities during the mentoring and training process. The results of this community service, namely counseling and assistance to MSMEs in Wonorejo Village, have a positive effect on increasing the products of MSMEs in Wonorejo Village. Recommendations and sustainability that can be given are increasing the role of the Wonorejo Village community in developing tourism because of the resources and quality of the village's MSMEs so that they are able to encourage success as a tourist village from the community service activities that have been carried out.

**Key words :** village, digital marketing, Wonorejo temple, economic

## **PENDAHULUAN**

Dalam upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah melalui peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Sofyan, 2017). UMKM berperan penting dalam kegiatan ekonomi, karena terkait dengan penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, kontribusi pada inovasi dan Produk Domestik Bruto suatu negara (Susanti, 2020). Permana (2017) mengemukakan bahwa sektor UMKM memiliki peran yang strategis karena sektor ini merupakan salah satu yang berkontribusi besar terhadap pembentukan PDB. Kegiatan pemberdayaan UMKM memberikan kesempatan pada masyarakat daerah sekitar untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan menjaga stabilitas ekonomi (Windusancono, 2021). Selain itu, kegiatan pemberdayaan UMKM menjadi upaya pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Aliyah, 2022). Hal tersebut sejalan dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) poin ke 8, yakni untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif, mendapat pekerjaan layak, dan tenaga kerja produktif.

Desa Wonorejo merupakan sebuah desa di Kabupaten Madiun, Jawa Timur yang berpotensi sebagai desa wisata sebab keberadaan peninggalan sejarah berupa Candi Wonorejo. Potensi desa tersebut tentu saja membuka peluang bagi usaha-usaha masyarakat setempat untuk bisa lebih berkembang (Sari *et al.*, 2022). Gambaran Desa Wonorejo sebagai potensi dasar dalam pengembangan kualitas UMKM dan sebagai desa wisata budaya adalah suatu kombinasi unik yang memiliki potensi luar biasa dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi lokal. Candi Wonorejo, sebagai warisan sejarah yang kaya, menawarkan peluang besar bagi pengembangan pariwisata budaya. Wisatawan tidak hanya dapat menikmati keindahan dan nilai sejarah candi, tetapi juga dapat merasakan keunikan budaya dan keramahan masyarakat lokal (Mukaromah & Athiyah, 2024). Potensi ini dapat menjadi pendorong pengembangan usaha-usaha kreatif dan beragam dari masyarakat setempat, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi desa (Ananda & Susilowati, 2017). Namun, terdapat tantangan yang dihadapi oleh pihak UMKM sendiri diantaranya adalah terkait dengan produk dan cara pemasaran yang efektif (Cant & Wiid, 2016).

Peningkatan penjualan UMKM di Desa Wonorejo dapat difokuskan pada faktor-faktor yang berkaitan dengan kualitas produk dan layanan. Faktor-faktor tersebut meliputi kemasan produk, media pemasaran yang efektif, status halal produk, serta perizinan usaha yang terjamin (Widodo *et al.*, 2022). Kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Madyoratri & Sari, 2024). Media pemasaran yang cerdas, seperti pemanfaatan platform digital dan sosial media, dapat membantu UMKM untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas (Wartika *et al.*, 2023). Kehalalan produk menjadi pertimbangan penting bagi sebagian besar konsumen, terutama dalam konteks pasar yang semakin beragam (Charity, 2017). Selain itu, perizinan usaha yang lengkap dan sesuai regulasi dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (Wahyuni *et al.*, 2024).

Kegiatan pendampingan UMKM di Desa Wonorejo memiliki urgensi yang sangat penting dalam upaya meningkatkan kualitas UMKM. Pendampingan dapat berupa pelatihan dalam hal perbaikan kualitas produk, pengembangan strategi pemasaran, proses perizinan yang efisien, serta pemahaman tentang standar halal. Dengan pendampingan yang tepat, UMKM akan lebih siap menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi lokal (Rofii, *et al.*, 2023). Pendampingan juga dapat membantu masyarakat lokal untuk menjaga dan mengembangkan kearifan lokal, yang pada gilirannya akan memperkuat identitas desa sebagai destinasi wisata budaya yang menarik (Purwanto *et al.*, 2023). Desa Wonorejo adalah contoh konkret bagaimana potensi alam dan budaya dapat diintegrasikan dalam pengembangan ekonomi lokal melalui UMKM dan sektor pariwisata. Dengan memfokuskan pada peningkatan kualitas UMKM dan melalui kegiatan pendampingan yang tepat, desa ini dapat mencapai perkembangan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan serta mendukung pencapaian tujuan SDGs.

## **METODE**

Tahapan dan jenis kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahapan awal, tahap inti, dan tahap akhir. Tahap awal, kegiatan yang akan dilaksanakan secara bertahap yaitu (a) observasi dan survei lapangan untuk mengetahui kondisi UMKM Desa Wonorejo. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan persoalan mitra dan mencari solusi yang tepat sasaran. Kemudian, (b) berkoordinasi dengan Kepala Desa Wonorejo untuk kelengkapan administrasi kegiatan pengabdian masyarakat (c) menyusun kegiatan bersama mitra pengabdian. Dilanjutkan dengan tahap inti kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di desa Kebonagung kecamatan Mejayan kabupaten Madiun pada tanggal 8 Juli 2023 – 12 Agustus 2023.

Kegiatan pengabdian masyarakat menargetkan 7 mitra UMKM yang dibantu dalam proses usahanya yaitu membantu sertifikasi legalitas UMKM dan desain kemasan produk UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan melalui kegiatan penyuluhan dan pendampingan selama 1 bulan. Penyuluhan dilaksanakan mengenai legalitas usaha dan *marketing* usaha.

Pengabdian masyarakat di UMKM Desa Kebonagung menggunakan dua metode penyelesaian, yaitu penyuluhan dan pendampingan. Penyuluhan diawali dengan mensosialisasikan dan melatih UMKM tentang packaging dan branding produk, lalu terdapat pembuatan akun *marketplace* seperti *Shopee*. Pada saat pendampingan, UMKM diberikan pemahaman mengenai proses publikasi produk di akun *shopee* mitra dan cara melakukan packaging dan pengiriman paket ke konsumen. Pendampingan ini dilaksanakan dengan memberikan kesempatan mitra untuk mencoba menggunakan *marketplace* setelah diberikan pelatihan. Selanjutnya, tahapan setelah dilakukan tahapan inti kegiatan pengabdian masyarakat adalah tahap akhir. Dalam tahap ini terdiri dari (a) evaluasi kegiatan secara menyeluruh (b) pembuatan laporan akhir; dan (c) melakukan publikasi kegiatan yang telah dilakukan kepada media-media mitra terkait kegiatan pengabdian masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wonorejo menjadi salah satu wilayah yang dijadikan pusat Perhatian untuk pengembangan UMKM serta sebagai desa wisata di Kabupaten Madiun. Para pelaku UMKM di Desa Wonorejo telah mengembangkan berbagai produk olahan yang memiliki daya saing di pasaran. Terdapat berbagai macam jenis UMKM baik di bidang makanan seperti makanan ringan hingga UMKM non makanan salah satunya batik. UMKM yang ada di Desa Wonorejo dikelompokkan menjadi 5 kelompok setelah adanya komunikasi antara pihak desa dan anggota UMKM. Setiap kelompok UMKM akan memiliki grup *WhatsApp* sendiri yang dibantu oleh seorang dosen dan 5 mahasiswa untuk memberikan bantuan dalam menyelesaikan masalah dan kendala yang dihadapi kelompok UMKM.

Hasil dari penelitian terkait permasalahan yang dihadapi UMKM di Desa Wonorejo yang dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa dari Program Studi Statistika Universitas Airlangga, yaitu: penentuan target pasar sebanyak 7,4%, strategi pemasaran digital sebanyak 15,2%, perizinan usaha sebanyak 68%, dan masalah lainnya sekitar 9,4%. Menurut Redi *et al* (2022), menyatakan bahwa salah satu hambatan bagi UMKM di Indonesia adalah permasalahan perizinan. Hal ini juga dialami oleh pelaku UMKM di Desa Wonorejo. Program penyuluhan dan pembinaan UMKM dilaksanakan dengan 2 tahap. Tahap awal dilaksanakan pada tanggal 8 Juli 2023 di Balai Desa Wonorejo, Kecamatan Mejayan, Kabupaten Madiun. Kegiatan pelatihan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Kegiatan Pelatihan dan Narasumber Pengembangan Desa Wisata

Kegiatan pelatihan tersebut dihadiri oleh dua orang narasumber. Narasumber pertama memaparkan materi mengenai digitalisasi marketing produk UMKM sebagai saran pengelolaan dan pengembangan wisata. Narasumber pertama adalah Bapak Wahyu Rudiyanto selaku ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Materi mengenai informasisertifikasi halal dan perizinan usaha terkait UMKM disampaikan oleh narasumber kedua yakni Bapak Yoga Kukuh Prasetyo. Selain itu, pemateri juga menjelaskan terkait



cara pemasaran digital UMKM. Sebelum pelaksanaan penyuluhan dan pendampingan UMKM Desa Wonorejo dilaksanakan penilaian berdasarkan aspek yang telah dirancang seperti pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Penilaian Aspek Produk UMKM dan Pendampingan UMKM

Aspek produk dan produksi, pemasaran, desain, dan aspek lain meliputi manajemen organisasi dan keuangan menjadi aspek yang dinilai. Menurut Sari (2021), pada aspek produk dan produksi terdapat indikator antarlain: kualitas, manfaat, dan legalitas produk. Aspek pemasaran terdiri dari beberapa indikator antarlain: inovasi branding produk, pemanfaatan sosial media, potensi pemasaran produk, dan jangkauan pasar yang dapat dicapai (Naimah *et al.*, 2020). Selain itu, menurut Sediono *et al.*, (2022), aspek desain terdapat beberapa indikator antarlain: kreativitas, inovasi, dan perizinan desain produk. Baik berupa desain kemasan, merek, logo, dan tagline. Proses penyuluhan dan pendampingan UMKM Desa Wonorejo dilakukan secara daring melalui media sosial WhatsApp dan secara luring langsung di tempat produksi UMKM oleh mahasiswa program studi Statistika Universitas Airlangga.

Terdapat 5 Grup Kelompok Pendampingan UMKM, sesuai dengan pembagian yang telah ditentukan sebelumnya. Fokus dari tahap pendampingan tersebut adalah terkait dengan media pemasaran, desain produk UMKM, digitalisasi UMKM dengan pemasaran melalui media sosial, serta perizinan usaha dan sertifikasi halal. Pada kegiatan pelatihan dan pembinaan UMKM tahap kedua dilaksanakan pada tanggal 12 Agustus 2023. Kegiatan tersebut berupa kegiatan pemaparan hasil pendampingan selama satu bulan setelah kegiatan tahap pertama, progress UMKM, sekaligus pendampingan perizinan UMKM bagi yang ingin mendaftar langsung di tempat kegiatan. Kegiatan ini dihadiri oleh Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (DISPARPORA) Kabupaten Madiun, Kepala Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Madiun, Kepala Camat Mejayan beserta koordinator pelaksanaan program pengembangan desa binaan seperti pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Pelatihan dan Mentoring Progress UMKM

Dalam penilaian hasil kegiatan penyuluhan dan pendampingan terhadap penerapan yang dilakukan oleh UMKM Desa Wonorejo dilaksanakanlah tahap monitoring dan evaluasi sebagai dasar pengembangan

desa wisata Kabupaten Madiun. Evaluasi dilaksanakan dengan mengkaji kembali hasil pendampingan terhadap produk UMKM di Desa Wonorejo dengan merujuk kepada kriteria penilaian yang telah ditetapkan selama tahap pelatihan. Setelah itu, dilakukan analisis statistik dengan menggunakan metode uji t berpasangan untuk tiap- tiap aspek yang dinilai. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua kelompok data sampel, yaitu data sebelum pendampingan dan data setelah pendampingan.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, didapatkan nilai p-value untuk masing-masing aspek kurang dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yakni 0,05 atau 5%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa proses pendampingan dan pelatihan terhadap UMKM Desa Wonorejo berpengaruh signifikan pada peningkatan produk UMKM, serta sebagai penguatan potensi desa wisata dan budaya Kabupaten Madiun. Kegiatan pengabdian masyarakat untuk peningkatan produk UMKM Desa Wonorejo mampu meningkatkan mutu produk- produk UMKM menjadi lebih baik dan dapat bersaing di pasaran secara kualitas. Selain itu, kegiatan ini mampu menjadikan Desa Wonorejo sebagai saran dalam pengembangan desa wisata melalui peningkatan kualitas UMKM di desa tersebut.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wonorejo, yang berfokus pada pengembangan produk UMKM untuk mendukung pengembangan desa sebagai destinasi wisata, memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga stabilitas ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan Desa Wonorejo memiliki kualitas produk UMKM yang baik. Di tahap akhir program pengabdian masyarakat, telah dilakukan kegiatan monitoring dan evaluasi. Evaluasi ini melibatkan penilaian ulang terhadap produk- produk UMKM Desa Wonorejo dengan mengacu pada standar yang telah ditetapkan. Hasil uji t berpasangan menunjukkan bahwa nilai p-nilai (p-value) untuk setiap aspeknya kurang dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan pendampingan terhadap UMKM di Desa Wonorejo memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan produk-produk UMKM di Desa Wonorejo. Selain itu, Desa Wonorejo juga memiliki salah satu peninggalan sejarah, yaitu Candi Wonorejo, yang dapat berperan dalam menarik minat wisatawan sehingga dapat meningkatkan potensi desa sebagai destinasi wisata. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan potensi ini, Desa Wonorejo dapat dijadikan sebagai salah satu peningkatan kualitas UMKM yang berdasarkan pada potensi yang dimiliki sebagai desa wisata dan budaya. Selanjutnya terkait rekomendasi dan keberlanjutan dari program yang diberikan adalah masyarakat sekitar dapat mengambil peran penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan kualitas UMKM yang melekat pada Pokdarwis Desa tersebut yang merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Diharapkan, dari kegiatan pengabdian masyarakat ini mampu mendorong keberhasilan sebagai desa wisata dukungan masyarakat Desa Wonorejo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64-72.
- Ananda, A. S., & Susilowati, D. (2017). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 120-142.
- Angeline, Allister, D., Gunawan, L. L., & Prianto, Y. (2022). Pengembangan UMKM Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi COVID-19. Prosiding Seri Seminar Nasional (SERINA) IV Universitas Tarumanagara, 2(1), 85–92.
- Ariwangsa, I. G. O., Apriliani, N. P. M., Laksmi, K. W., & Putra, K. S. W. (2023). Upaya Meningkatkan Pemasaran Digital UKM Sekar Madu Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital Dengan Video Branding. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 9(2), 70-75.
- Cant, M.C & Wiid, J.A (2016). The use of traditional marketing tools by SMEs in an emerging economy: a South African perspective. *Problems and Perspectives in Management*, Volume 14, Issue 1.
- Charity, M. L. (2017). Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(10), 99.
- Diana, L., Surya, A., Alam, N., Reynaldi, E., Cantika, S., Dicky, D., & Nadhief, N. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM KWT Pinang Lestari Masyarakat di Kelurahan Sukorejo Kota

- Blitar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 46–55. [https://jurnalfkp.samawa.university.ac.id/karya\\_jpm/index](https://jurnalfkp.samawa.university.ac.id/karya_jpm/index)
- Hariyani, N. (2019). Customer-Centric Strategy Pengembangan Pariwisata Daerah Di Kabupaten Madiun. *Birokrasi Pancasila, Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah*, 1(1), 1-14.
- Madyoratri, M. H. P., & Sari, I. R. K. (2024). Menuju Kemasan Produk UMKM yang Menarik dan Informatif: Pelatihan Desain Kemasan di Desa Galengdowo. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 30-35.
- Mukaromah, S. M., & Athiyah, S. (2024). Tradisi Sedekah Desa: Daya Tarik Wisata Pada Masyarakat Desa Mojowatesrejo. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 4(1), 38-49.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., dan Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Permana, S.H (2017) Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi*, Vol. 8, No. 1, Juni 2017.
- Purwanto, R. E., Lidiawati, & Purwanti, H. (2023). Pengembangan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal di Desa Wisata Adat Ngadas, Poncokusumo, Kabupaten Malang. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 61-78.
- Redi, A., Marfungah, L., Fansuri, R. F., Prawira, M., & Lafentia, A. 2022. Perizinan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai bentuk pemberdayaan, Perlindungan Hukum dan Mewujudkan Negara Kesejahteraan. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol 6 (1), 282-292 pp.
- Rofii, A., Budiman, I. A., Sudirno, D., & Nahdi, D. S. (2023). Inovasi Produk Olahan Lele (OLELE) Untuk Meningkatkan Pemberdayaan Umkm Melalui Konten Digital di Desa Dukuh Tengah Kabupaten Tegal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3185-3192.
- Santosa, S., Novianti, R., Anggraeni, T., Elizabeth, Fidellis, Herijawati, E., & Gustriandi, A. (2021). Pengenalan Strategi Digital Branding Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Pada Komunitas UMKM Desa Gelam Jaya, Kabupaten Tangerang. *Abdi Dharma*, 1(2), 61–67. <https://doi.org/10.31253/ad.v1i2.707>
- Sari, A. K., Ridha, F. A., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., Prasetyo, L. F. D., Sugito, & Nofiani, D. (2022). Upaya Pengembangan dan Branding Desa Wisata Berbasis UMKM Lokal di Desa Sumbermujur. *Communnity Development Journal*, 3(2), 1187–1194.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.
- Sediono, S., Mardianto, M. F. F., Subiyanto, M. L., Simamora, A. N. M. B., Imama, C., & Putri, A. E. I. (2022). Pemberdayaan UMKM Menuju Rintisan Desa Devisa di Desa Tropodo Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 8(2), 101-107.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia*, 11(1), 33-64.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50.
- Wahyuni, D., Suriono, H., Rumondang, R., Harianja, M. H. B., Satria, M., & Lubis, A. K. (2024). Pemberdayaan Kelompok Usaha Kreatif Melalui Pendampingan Izin Usaha NIB Untuk Mendorong Pendapatan Masyarakat di Desa Air Joman Kecamatan Air Joman. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 321-326.

- Wartika, I. M., Mahendra, A. A., Wirawan, I. P., Mahyuni, L. P., & Wirsa, I. N. (2023). Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi. *Panrita Abdi*, 7(2), 285-292.
- Widodo, A. F., Oktaviani, D. D., Hanifah, F., Hadhira, D. F., & Izzah, A. (2022). Branding Produk UMKM Daster Sambung Sawitri Melalui Media Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berbasis Seni Dan Desain*, 1(1), 67-79.
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi*, 18(1), 01-14.