

Pelatihan Pembuatan Sabun dan Strategi Digitalisasi Pemasaran sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi

Jimatul Arrobi^{1*}, Ulfatu Solihah², Ilham Abdullah Azam³, Siti Nuryu Aidah⁴, Putri Nurdiana⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Madani Nusantara, Jl. Lio Balandongan Sirnagalih No.74, Cikondang, Kec. Citamiang, Kota Sukabumi, Jawa Barat

E-mail: jimatularrobi94@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2921>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 August 2025

Revised: 05 September 2025

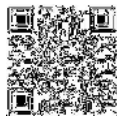
Accepted: 29 September 2025

Kata Kunci:

Pemberdayaan Ekonomi,
Pelatihan Keterampilan,
Digitalisasi Pemasaran.

Keywords:

Economic Empowerment,
Skills Training, Marketing
Digitalization



ABSTRACT

Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa merupakan salah satu prioritas pembangunan nasional untuk mengurangi ketimpangan dan meningkatkan kesejahteraan serta kemandirian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas implementasi program pelatihan pembuatan sabun dan strategi digitalisasi pemasaran sebagai upaya pemberdayaan ekonomi di Desa Karangjaya. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek penelitian yaitu anggota PKK dan para ibu. Hasil penelitian menunjukkan program ini mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam aspek keterampilan produksi, pengemasan dan pemasaran. Dampak yang diharapkan dari program ini yaitu terciptanya unit usaha baru, peningkatan pendapatan rata-rata peserta dan peningkatan kepercayaan diri terhadap berwirausaha. Program ini membuktikan bahwa kombinasi keterampilan teknis dengan literasi digital dapat menjadi katalisator kuat dalam mencapai kemandirian ekonomi di tingkat desa.

Village economic empowerment is a national development priority to reduce inequality and improve welfare and independence. This study aims to analyze the effectiveness of the implementation of a soap-making training program and digital marketing strategies as an effort to empower the economy in Karangjaya Village. This study used a descriptive qualitative approach. The research subjects were PKK members and mothers. The results showed that this program was able to increase community capacity in aspects of production, packaging, and marketing skills. The expected impact of this program is the creation of new business units, an increase in the average income of participants, and increased self-confidence in entrepreneurship. This program demonstrates that the combination of technical skills with digital literacy can be a powerful catalyst in achieving economic independence at the village level.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Jimatul Arrobi, et al (2025). Pelatihan Pembuatan Sabun dan Strategi Digitalisasi Pemasaran sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi, 4 (1) 7013-7019. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2921>

PENDAHULUAN

Daerah pedesaan di Indonesia memiliki potensi perekonomian yang tinggi, tetapi terkadang terhambat oleh keterbatasan sumber daya dan kemampuan Masyarakat. Contoh objek penelitian dilaksanakan di Desa Karangjaya yang terletak di Kabupaten Sukabumi. Salah satu cara pemberdayaan ekonomi warga desa adalah dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam bidang usaha, seperti pembuatan sabun dan pemasaran digital. Sabun cuci piring adalah kebutuhan yang berfungsi menjaga kebersihan peralatan makan dan masak. Dengan membuat sabun cuci piring sendiri di rumah, kita tidak hanya dapat menghemat pengeluaran, tetapi juga memastikan produk yang digunakan aman dan ramah lingkungan. Pelatihan pembuatan sabun dan strategi digitalisasi pemasaran dapat membantu masyarakat desa meningkatkan pendapatan dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

Pemberdayaan ekonomi desa merupakan pilar fundamental dalam strategi pembangunan berkelanjutan Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), sekitar 56% penduduk Indonesia masih tinggal di daerah pedesaan dengan tingkat kemiskinan yang relatif lebih tinggi dibandingkan daerah perkotaan. Ketimpangan ekonomi antara desa dan kota menjadi tantangan serius yang memerlukan intervensi strategis melalui kegiatan pemberdayaan yang tepat serta berkelanjutan.

Kondisi ekonomi masyarakat desa pada umumnya masih bergantung pada sektor pertanian tradisional dengan produktivitas dan nilai tambah yang rendah. Keterbatasan akses terhadap teknologi, informasi pasar, dan modal usaha menjadi faktor penghambat utama dalam pengembangan ekonomi pedesaan. Potensi sumber daya alam dan manusia di daerah pedesaan sebenarnya sangat luas jika dikembangkan dengan bijaksana.

Hal yang dapat dilakukan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat desa adalah melalui pengembangan industri rumah tangga berbasis keterampilan lokal. Pembuatan sabun adalah contoh usaha kecil yang dapat dikembangkan di daerah pedesaan karena bahan baku yang mudah diperoleh, proses produksi yang relatif sederhana, dan permintaan pasar yang stabil. Selain itu, usaha pembuatan sabun tidak memerlukan investasi modal yang besar dan dapat dilakukan sebagai usaha sampingan maupun usaha utama.

Perkembangan teknologi saat ini membuka peluang baru bagi pelaku usaha dalam memperluas pasar. Digitalisasi pemasaran melalui platform online memungkinkan produk-produk lokal dari daerah pedesaan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, bahkan hingga tingkat nasional maupun internasional. Namun, pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran masih belum optimal dilakukan oleh masyarakat desa karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang teknologi informasi.

Penggunaan teknologi digital seperti perdagangan elektronik, jaringan sosial, dan aplikasi berbasis platform memberikan kesempatan bagi UMKM untuk memperbesar peluang pasar, mengoptimalkan kegiatan operasional dan berinovasi dalam produk dan layanan (Prasetya, Y. B. (2025)). Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini yaitu memperkuat digitalisasi dalam UMKM saat mendapat rintangan serta kesempatan di zaman industri 4.0. Dengan proses penyebarluasan ide ini memberikan dukungan kepada para UMKM untuk memberi pemahaman dan pemanfaatan teknologi komputerisasi seperti media sosial, market place, serta sistem pengelolaan bisnis guna mendorong operasi serta publikasi usaha mereka. Pelaksanaan aktivitas ini dilakukan melalui metode diskusi partisipatif serta implementasi nyata sesuai dengan spesifik keperluan UMKM. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya penambahan wawasan partisipan mengenai manfaat digitalisasi, kesanggupan dalam menerapkan teknologi dan rencana bisnis yang berbasis digital (Syifa, R. H. A. (2025)). Dampak segera yang di alami adalah pertumbuhan dalam perluasan pasar, peningkatan efisiensi dalam operasi, dan kekuatan bersaing dipertengahan transformasi ekonomi baru. Aktivitas ini dinantikan bisa membentuk contoh pengembangan UMKM yang sesuai era zaman industri 4.0.

METODE

Pendekatan ini menerapkan pendekatan yang bersifat kualitatif dengan menggunakan metode Penelitian Tindakan Partisipatif (PAR). PAR dipilih karena pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk memahami fenomena sosial, tetapi juga untuk menghasilkan perubahan positif melalui keterlibatan aktif masyarakat dalam proses penelitian (Syarifuddin, A. (2024)). Metode PAR memungkinkan peneliti untuk berperan sebagai fasilitator sekaligus pembelajar bersama masyarakat dalam mengembangkan solusi untuk masalah ekonomi yang mereka hadapi. Pelatihan ini dilakukan dengan mengadakan workshop dan praktik langsung di Desa Karangjaya pada tanggal 07 September 2025. Sasaran peserta pelatihan adalah masyarakat Desa Karangjaya terutama ibu-ibu PKK agar mempunyai kegiatan produktif yang memiliki nilai usaha. Kegiatan ini melibatkan 15 orang dari ibu-ibu PKK yang masih aktif agar nantinya bisa menjadi kegiatan yang bisa disosialisasikan kembali kepada masyarakat yang lebih luas. Selain itu dengan adanya pelatihan ini diharapkan pendapatan masyarakat dapat terbantu dengan baik bukan hanya dari bidang pertanian saja tetapi dari bidang lainnya juga. Adapun jika tidak menjadi sumber pendapatan setidaknya bisa melatih para ibu rumah tangga untuk mandiri secara finansial dengan cara lebih hemat setelah pembuatan produk sendiri dibanding dengan membeli secara langsung.

Selain pelatihan pembuatan sabun masyarakat Karangjaya pun dibantu dalam hal pelatihan pengemasan dan pebelan guna meningkatkan daya saing di era modernisasi. Pelatihan pengemasan

dan pelebelan ini selain meningkatkan daya saing juga bertujuan untuk melatih keterampilan masyarakat Karangjaya agar lebih kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan digitalisasi agar masyarakat pun tidak tertinggal dalam pemanfaatan teknologi.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil workshop menunjukkan pengetahuan masyarakat lebih meningkat dalam hal pemanfaatan digitalisasi yang awalnya tidak mengenal aplikasi pengeditan setelah pengadaaan workshop masyarakat lebih mengenal aplikasi untuk mendesain label yang nantinya warga Desa Karangjaya bisa gunakan untuk kegiatan usaha maupun pengeditan hal yang mereka butuhkan. Bukan hanya pembuatan label saja yang dilakukan tetapi juga pembuatan banner usaha sebagai identitas UMKM di Desa Karangjaya yang diharapkan bisa membantu memperkenalkan perekonomian masyarakat.

Dalam kegiatan workshop pembuatan sabun ibu-ibu PKK sangat antusias mengikuti kegiatan tersebut dan ikut berperan aktif dalam kegiatan demo secara langsung. Kegiatan demonstrasi pembuatan sabun ini menggunakan bahan-bahan yang aman dan juga alat sederhana yang dibutuhkan, diantaranya: Alat dan bahan yang dibutuhkan

1. Texhapon 1kg
2. NaCL 700 gram
3. Air 10 Liter
4. Booster 100 ml
5. Pewarna (opsional)
6. Perisa jeruk nipis 100 ml
7. Wadah / ember kapasitas 10L
8. Spatula / sendok pengaduk
9. Timbangan (apabila diperlukan)
10. Gelas ukur (apabila diperlukan)
11. Botol untuk penyimpanan
12. Label pengemasan

Cara Pembuatan:

Langkah 1 : Persiapan

1. Persiapkan seluruh perlengkapan dan bahan yang dibutuhkan
2. Pastikan wadah penyimpanan sudah steril

Langkah 2: Melarutkan bahan sabun

1. Masukkan texhapon kedalam wadah besar
2. Tuangkan sedikit demi sedikit air
3. Aduk texhapon dan air hingga tercampur
4. Lakukan point 2 dan 3 hingga texhapon berubah menjadi putih seperti foam busa

Langkah 3: Menambahkan Bahan Tambahan

1. Tambahkan booster untuk menambah busa saat mencuci piring
2. Aduk sampai tercampur rata
3. Masukkan pewarna untuk menambah nilai produk
4. Larutkan perisa jeruk nipis agar sabun mengeluarkan wangi harum

Langkah 4 : Penyesuaian Konsistensi

1. Jika sabun terlalu encer, tambahkan NaCL secara bertahap sampai mengental
2. Jika sabun terlalu kental tambahkan air sedikit demi sedikit

Langkah 5 : Finishing

1. Setelah semua bahan tercampur dan sudah mengental seperti yang di inginkan, tunggu 2-3 jam agar semua bahan tercampur sempurna
2. Masukkan kedalam wadah penyimpanan, dalam praktik ini kami menggunakan botol pump ukuran 100ml
3. Beri label agar kemasan lebih menarik.

Berdasarkan kegiatan workshop yang terealisasi, capaian penilaian yaitu semangat para ibu-ibu untuk menggali pengetahuan baru yang mereka peroleh dari hasil workshop digitalisasi dan juga melatih untuk hidup hemat karena jika kita bandingkan dengan membuat sabun cuci sendiri jauh lebih hemat dibandingkan dengan membeli secara instan.

Perhitungan HPP :

1. Texhapon 1kg : Rp 40.000
2. NaCL 700 gram : Rp 20.000
3. Booster 100ml : Rp 10.000
4. Pewarna : Rp 5.000
5. Pewangi 100ml : Rp 10.000
6. Botol pum 100ml : Rp 1.200/pcs

Perhitungan HPP untuk kebutuhan sendiri:

Jika kita gunakan hasil sabun ini untuk kebutuhan rumah tangga saja dari total Rp 85.000 bisa menghasilkan sebanyak 10.000ml coba kita bandingkan dengan sabun yang kita beli dengan harga Rp 18.000 hanya dapat sebanyak 400ml. Kita ambil contoh pemakaian dalam satu bulan jika kemasan 400ml habis dalam 10 hari maka dalam satu bulan menghabiskan 3 btl sabun

$$3 \times \text{Rp } 18.000 = \text{Rp } 54.000$$
$$3 \times 400\text{ml} = 1.200\text{ml}$$

Jadi pengeluaran untuk sabun cuci piring saja kita bisa menghabiskan Rp48.000 mari bandingkan dengan sabun yang kita buat sendiri

$$\text{Rp } 85.000 : 10.000\text{ml} = \text{Rp } 8,5$$
$$1.200\text{ml} \times \text{Rp } 8,5 = \text{Rp } 10.200$$

Hasil yang diperoleh jika kita membuat sendiri dalam satu bulan hanya menghabiskan Rp 10.200 jauh lebih hemat Rp 43.800 dibanding dengan kita membeli secara langsung.

Perhitungan HPP untuk penjualan :

Jika melihat harga pasar 400ml harga beli seharga Rp 18.000, maka per 100ml harga yang diperoleh yaitu:

$$\text{Rp } 18.000 : 4 = \text{Rp } 4.500$$

Perhitungan untuk kemasan 100ml:

$$100\text{ml} \times \text{Rp } 8,5 = \text{Rp } 850$$
$$\text{Botol kemasan} = \text{Rp } 1.200$$
$$\text{Total hpp 1btl/100ml} = \text{Rp } 2.050$$
$$\text{Harga jual kemasan 100ml} = \text{Rp } 4.500$$
$$\text{Laba keuntungan} = \text{Harga Jual} - \text{HPP}$$
$$= \text{Rp } 4.500 - \text{Rp } 2.050$$
$$= \text{Rp } 2.450/ \text{btl } 100\text{ml}$$

Hasil produksi dari 10 liter sabun menghasilkan 10.000 ml

$$10.000\text{ml} : 100\text{ml} = 100 \text{ btl}$$
$$\text{Total HPP/100 btl} = \text{Rp } 2.050 \times 100$$
$$= \text{Rp } 205.000$$
$$\text{Total harga jual/100 btl} = \text{Rp } 4.500 \times 100\text{btl}$$
$$= \text{Rp } 450.000$$
$$\text{Laba keuntungan} = \text{Total harga jual} - \text{Total HPP}$$
$$= \text{Rp } 450.000 - \text{Rp } 205.000$$
$$= \text{Rp } 245.000$$

Hanya dengan bermodal kecil keuntungan yang bisa diperoleh sampai 100% dari total yang dikeluarkan bahkan lebih, ini merupakan salah satu usaha yang bisa direkomendasikan untuk para ibu yang pengerjaannya pun bisa dirumah saja.



Gambar 1. Pembuatan Sabun



Gambar 2. Hasil produk pembuatan sabun

Kelompok KKN Institut Madani Nusantra sukses memproduksi sabun cuci piring cair dalam kemasan botol 100 ml sebagai wujud dari program pemberdayaan masyarakat. Produk ini dibuat dengan formula yang mudah diperoleh dan mudah dipraktikkan oleh Masyarakat Desa Karangjaya karena pembelian bahan produksi dan juga alat pengemasan bisa di beli melalui *e-commerce* sebagai bentuk salah satu pemanfaatan digital (Maulana, D. (2023)

Kelompok KKN Institut Madani Nusantara juga memperkenalkan aplikasi canva sebagai salah satu platform untuk membuat desain produk atau pun membuat label produk kemudian kami memperkenalkan praktik strategi pemsaran. Aplikasi shopee adalah wadah perdagangan elektronik yang dijadikan lokasi untuk membeli berbagai merk terkenal serta menemukan penjual dan pembeli baru secara daring sebagai sarana promosi barang dagangan dan memberikan kemudahan bagi penjual dalam memasarkan produk dengan cara yang sederhana serta memudahkan pembeli melalui sistem pembayaran yang dapat diandalkan, aman, dan logistik yang terintegrasi (Khairunnas, K. (2023). Bukan hanya memperkenalkan sebagai tempat promosi dan berjualan saja, tetapi kami mensosialisasikan shopee maupun tiktok sebagai tempat para *affiliator* untuk mengembangkan kreativitas nya dalam era digital saat ini. Dengan ini masyarakat tidak hanya menghabiskan kuota secara cuma-cuma tetapi mendapatkan *feedback* yang bisa menambah pundi-pundi rupiah.

Diskusi

Kegiatan pelatihan pembuatan sabun dan digitalisasi pemasaran di Desa Karangjaya menunjukkan adanya hubungan erat antara penguasaan keterampilan teknis dengan pemanfaatan teknologi dalam pengembangan ekonomi lokal.

Relevansi Pelatihan dengan Kebutuhan Masyarakat Pelatihan pembuatan sabun terbukti relevan dengan kebutuhan masyarakat karena produknya mudah diproduksi, memiliki bahan baku yang relatif murah, dan memiliki permintaan pasar yang stabil. Hal ini sesuai dengan teori kewirausahaan yang menekankan pentingnya mengembangkan usaha berbasis kebutuhan dasar masyarakat (Ambarwati)

Peran Digitalisasi dalam Memperluas Akses Pasar Sebelum adanya pelatihan, sebagian besar masyarakat Desa Karangjaya hanya memasarkan produk secara konvensional. Setelah pelatihan digitalisasi pemasaran, masyarakat mulai mengenal strategi branding, penggunaan media sosial, serta marketplace. Hal ini menjadi kunci dalam meningkatkan persaingan produk lokal dalam kompetisi ekonomi yang ketat.

Pemberdayaan sebagai Proses Berkelanjutan Pemberdayaan ekonomi tidak cukup hanya melalui transfer keterampilan produksi, tetapi juga membutuhkan pendampingan jangka panjang. Diskusi dengan peserta menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih menghadapi kendala dalam hal modal usaha, pemahaman teknologi, dan manajemen keuangan sederhana. Oleh karena itu, keberlanjutan program sangat diperlukan agar usaha sabun ini dapat berkembang secara konsisten.

Sinergi antara Pemerintah Desa dan Masyarakat Program ini juga memperlihatkan pentingnya sinergi antara pemerintah desa, akademisi, dan masyarakat. Dukungan pemerintah desa sangat dibutuhkan, baik berupa penyediaan modal usaha, fasilitasi alat produksi, maupun membantu legalitas usaha. Dengan adanya dukungan ini, produk sabun buatan Desa Karangjaya dapat lebih siap untuk bersaing di pasar yang lebih luas (Ali, M., & Mardiana, A. (2021).

Implikasi terhadap Pemberdayaan Ekonomi Lokal Kegiatan ini memiliki implikasi positif terhadap peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat. Masyarakat tidak hanya memperoleh

keterampilan baru, tetapi juga meningkatkan rasa percaya diri untuk berwirausaha. Jika dikembangkan lebih lanjut, usaha sabun ini dapat menjadi salah satu unit usaha mikro kecil menengah UMKM unggulan desa, sehingga mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pendapatan keluarga dan desa (Ardli, M. N. (2024)

SIMPULAN

Pelatihan pembuatan sabun dan penerapan strategi digitalisasi pemasaran terbukti menjadi langkah efektif dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat. Melalui kegiatan ini, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan praktis dalam memproduksi sabun yang bernilai jual, tetapi juga dibekali kemampuan memasarkan produk secara digital untuk memperluas pasar. Dengan demikian, program ini berkontribusi pada peningkatan kemandirian, kreativitas, serta daya saing masyarakat dalam menghadapi tantangan ekonomi di era moder.

Peran pemerintah pun dalam hal ini sangat diperlukan untuk mendukung program pemanfaatan teknologi digital dalam pembuatan sabun cuci piring tidak hanya mengoptimalkan proses produksi, tetapi juga mentransformasi seluruh ekosistem bisnis. Dari yang semula hanya sebagai aktivitas rumah tangga, diharapkan dapat berkembang menjadi *sustainable digital business*. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital dalam pembuatan sabun cuci piring bukan hanya sekedar modernisasi proses, tetapi merupakan paradigma baru dalam menciptakan *sustainable business* model yang memberikan value bagi konsumen, lingkungan, dan masyarakat secara keseluruhan.

Pemerintah memiliki peran strategis dan multidimensional dalam mengatur, mendukung, dan mengembangkan praktik pembuatan sabun di Indonesia. Peran ini mencakup aspek regulasi, pemberdayaan ekonomi, perlindungan konsumen, hingga promosi industri berkelanjutan. Keterlibatan pemerintah sangat penting untuk memastikan keamanan produk, kualitas standar, dan pertumbuhan industri yang sustainable. Setelah adanya proker pelatihan ini diharapkan pemerintah setempat dapat menggali kembali potensi desa lainnya untuk menambah peluang usaha dan juga bisa menambah kas daerah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin menyampaikan terima kasih terhadap berbagai pihak yang sudah menunjang kegiatan sehingga workshop pembuatan sabun ibu-ibu PKK Desa Karangjaya dapat terlaksana dengan baik.

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Ketua PKK Desa Karangjaya beserta Anggota PKK yang memberikan kesempatan, fasilitas, serta dukungan penuh dalam setiap tahapan kegiatan. Apresiasi juga diberikan kepada para Masyarakat Desa Karangjaya yang menjadi subjek pengabdian atas keterlibatan aktif mereka dalam kegiatan workshop ini. Tidak lupa kami ucapkan terimakasih kepada DPL KKN Desa Karangjaya yang telah mendukung proker kegiatan tersebut.

Penghargaan yang setinggi-tingginya juga disampaikan kepada pihak pemerintah desa kerja sama dan sinergi yang telah dibangun demi keberlangsungan program. Selain itu, penulis berterima kasih kepada rekan-rekan tim pengabdian yang telah bekerja keras sejak tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa keberhasilan program ini tidak lepas dari kontribusi semua pihak. Kami berharap hubungan yang terjalin baik dapat terus berlanjut untuk mewujudkan pemberdayaan UMKM yang relevan di era Industri 4.0.

REFERENSI

- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan e-commerce: analisis dominasi Shopee sebagai primadona marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120-131.
- Ali, M., & Mardiana, A. (2021). Sinergitas antara pemerintah dengan masyarakat dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) di Kecamatan Talaga Jaya Kabupaten Gorontalo. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(2), 149-158.
- Ambarwati, D. A. S. Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Dengan Pelatihan Pembuatan Sabun Eco-Friendly Dengan Menerapkan Sistem Ecoresponsibility Di Pesantren Ishlahul Ulum Kemiling-Bandar Lampung. *stabeck*.

- Ardli, M. N. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pemula Di Desa Krucil: Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat. *DEVELOPMENT*, 2828, 6529.
- Arjang, A., Ausat, A. M. A., & Prasetya, Y. B. (2025). Optimalisasi sistem informasi dalam meningkatkan daya saing UMKM: Analisis sinergi inovasi digital dan fenomena FOMO dalam dinamika pasar. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 68-76.
- Hadi, S., Taufiki, A., Ahmad, M. Z., & Siswanto, A. (2024). Analisis Tingkat Kemiskinan Tahun 2023 Di Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jember. *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)*, 2(1), 32-39.
- Prayogi, I. A., Kurniawati, R. N. K., & Maulana, D. (2023). Pendampingan UMKM Berbasis E-Commerce dan Packaging di Desa Mancak Kabupaten Serang. *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 156-167.
- Siswadi, S., & Syaifuddin, A. (2024). Penelitian Tindakan Partisipatif Metode Par (Participatory Action Research) Tantangan dan Peluang dalam Pemberdayaan Komunitas. *Ummul Qura Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 19(2), 111-125.
- SM, N. N. F., Sudiarti, S., Setyoningrum, N. G., & Syifa, R. H. A. (2025). Pemanfaatan Digitalisasi Dalam Berwirausaha Di Era Industri 4.0 Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 3(1), 40-46.