

Digitalisasi UMKM Berbasis Potensi Lokal dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Era Efisiensi *Multi-Level Government*

Digitalization of Local-Potential-Based MSMEs as a Strategy for Poverty Alleviation in the Era of Multi-Level Government Efficiency

Iman Teguh^{1*)}, Amir Hamzah²⁾ Oktaviani Rita Puspasari³⁾

Program Studi Akuntansi, Universitas Kuningan, Kuningan, 45515

Email: iman.teguh@uniku.ac.id

*) penulis korespondensi

DOI: [http:// 10.37577/.v%vi%i.1014](http://10.37577/v%vi%i.1014)

Diterima: Desember, 2025. Disetujui: Januari, 2026), Dipublikasikan: Januari, 2026

Abstrak: Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Karoya, Kecamatan Cipicung, Kabupaten Kuningan, sebagai respons terhadap tingginya angka kemiskinan dan pengangguran terbuka berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2025. Kondisi tersebut menuntut adanya strategi pemberdayaan yang mampu meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat, terutama melalui optimalisasi potensi lokal di era digital. PKM ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan digitalisasi untuk pengembangan UMKM, khususnya pada produk lokal keripik ubi. Metode pelaksanaan meliputi pemetaan potensi, edukasi digital marketing, pelatihan fotografi produk, repackaging, serta pendampingan penggunaan marketplace, yang dilaksanakan selama dua hari dengan melibatkan 30 peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pemasaran digital, pengemasan produk, serta pengelolaan toko online. Selain itu, terjadi perubahan motivasi dan sikap kewirausahaan yang mendukung terciptanya kemandirian ekonomi masyarakat desa. Program ini berkontribusi pada penguatan UMKM lokal dan membuka peluang pemasaran yang lebih luas bagi produk unggulan Desa Karoya. Keberlanjutan program diharapkan dapat terwujud melalui pendampingan lanjutan dan kolaborasi antara pemerintah desa, masyarakat, dan perguruan tinggi.

Kata kunci: Pengentasan Kemiskinan; UMKM; Pemerintah Daerah; Digitalisasi

Abstract: This Community Service was carried out in Karoya Village, Cipicung District, Kuningan Regency, in response to the high levels of poverty and open unemployment in the region, as reported by the Central Bureau of Statistics in 2025. These conditions require a community empowerment strategy that can strengthen economic independence, particularly

through optimizing local potentials in the digital era. This PKM aims to enhance the community's capacity in utilizing digitalization for the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially the village's local product, cassava chips. The program's methods included potential mapping, digital marketing education, product photography training, repackaging activities, and marketplace assistance, conducted over two days and involving 30 participants. The results indicate improvements in participants' knowledge and skills related to digital marketing, product packaging, and online store management. Additionally, the program fostered increased entrepreneurial motivation and positive attitudes that support the economic independence of Karoya Village's flagship products. The sustainability of this initiative is expected to be achieved through continued mentoring and collaboration among village authorities, the community, and higher education institutions.

Keywords: *Poverty Alleviation; MSMEs; Local Government; Digitalization.*

Pendahuluan

Pembangunan nasional pada dasarnya bertujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pemerataan kesejahteraan, pengurangan kemiskinan, dan penciptaan kesempatan kerja yang berkelanjutan. Namun hingga beberapa tahun terakhir, kesejahteraan masyarakat di sejumlah wilayah masih menghadapi tantangan serius, terutama di daerah pedesaan yang memiliki ketergantungan tinggi pada sektor informal dan usaha skala mikro. Kabupaten Kuningan merupakan salah satu wilayah di Jawa Barat yang masih berjuang menurunkan angka kemiskinan dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja lokal (Badan Pusat Statistik, 2025).

Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Kuningan, persentase penduduk miskin pada Maret 2025 tercatat sebesar 10,74%, setara dengan sekitar 119,67 ribu jiwa. Meskipun angka tersebut mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, jumlah masyarakat yang masih berada dalam kondisi miskin menunjukkan perlunya intervensi yang lebih komprehensif dan berkelanjutan. Selain itu, pengangguran masih menjadi persoalan signifikan. Secara provinsi, tingkat pengangguran terbuka (TPT) Jawa Barat pada 2025 mencapai 6,74%, angka yang masih termasuk tinggi dan merepresentasikan tantangan dalam menyerap angkatan kerja, terutama bagi kelompok usia produktif di pedesaan (Badan Pusat Statistik, 2024).

Selain itu, dinamika kebijakan fiskal nasional juga memberikan tekanan bagi pemerintah daerah untuk melakukan efisiensi belanja melalui mekanisme *multi-level efficiency*. Hal ini diatur dalam Instruksi Presiden Nomor 1 Tahun 2025, yang menuntut pemerintah daerah mengoptimalkan anggaran, meminimalkan aktivitas belanja yang tidak prioritas, dan mendorong penguatan kemandirian masyarakat agar tidak terlalu bergantung pada program bantuan. Dalam konteks pengentasan kemiskinan dan penciptaan lapangan kerja, kebijakan ini dapat menjadi tantangan maupun peluang. Tantangan muncul karena keterbatasan anggaran dapat mengurangi ruang fiskal untuk program pemberdayaan ekonomi. Di sisi lain, kebijakan ini juga mendorong pemerintah daerah dan masyarakat untuk

mengembangkan kreativitas, inovasi, dan kolaborasi guna memaksimalkan potensi lokal secara mandiri (Budiarti et al., 2024; Robby Aditya & R. Yuniardi Rusdianto, 2023)

Desa Karoya, Kecamatan Cipicung, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi ekonomi lokal, terutama pada sektor UMKM seperti kerajinan pangan lokal (keripik ubi). Meskipun potensi tersebut telah berjalan secara konvensional, pemanfaatan digitalisasi dan platform pemasaran modern belum optimal. Kondisi ini menyebabkan produk lokal belum dapat menjangkau pasar yang lebih luas, kurang mampu bersaing dengan produk serupa dari daerah lain, dan belum memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (Deddy Junaedi et al, 2024; Naimah et al., 2020)

Transformasi digital yang berkembang pesat saat ini membuka peluang besar bagi UMKM pedesaan untuk meningkatkan skala usahanya (Frans Sudirjo et al., 2023). *Marketplace*, media sosial, dan sistem pemasaran digital menjadi sarana penting untuk memperluas akses pasar, meningkatkan branding produk, dan memperbaiki efisiensi pemasaran. Penelitian-penelitian terkini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM secara signifikan dapat meningkatkan omzet, memperluas pasar, dan menciptakan lapangan kerja baru (Novitasari, 2022; Salam & Imilda, 2024; Suparjiman et al, 2024). Namun, banyak pelaku UMKM desa yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola platform digital, mendesain kemasan yang modern, ataupun memahami strategi pemasaran online (Budiarti et al., 2024).

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan parat desa serta pelaku UMKM terdapat tiga permasalahan utama yang dihadapi oleh masyarakat Desa Keroya yaitu :

Kapasitas pemasaran masih terbatas terutama pada pengusaha keripik ubi, selama ini mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di lingkungan sekitar desa. Belum ada strategi pemasaran digital yang digunakan untuk memperluas jangkauan pasar. Kondisi ini membuat potensi peningkatan volume penjualan menjadi sangat terbatas.

1. Rendahnya literasi digital dan manajemen usaha sehingga belum memahami cara menggunakan *platform* digital seperti *marketplace* (Tokopedia, Shopee, Lazada) atau media sosial secara efektif untuk mempromosikan produk. Ketidaktahuan ini menjadi hambatan signifikan dalam meningkatkan daya saing produk lokal.
2. Keterbatasan akses terhadap pelatihan dan pendampingan membuat UMKM tertinggal dibandingkan pelaku usaha dari daerah lain yang sudah terpapar berbagai program pemberdayaan.

Permasalahan-permasalahan di atas menjadi dasar kebutuhan intervensi melalui kegiatan PKM. Pemberdayaan masyarakat berbasis digitalisasi potensi lokal diharapkan mampu mengatasi hambatan yang ada serta membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat Desa Karoya. Melihat kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilakukan dengan fokus pada maksimalisasi pengelolaan potensi lokal Kabupaten Kuningan di era digitalisasi. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat, khususnya kelompok pemuda dan ibu rumah tangga, untuk mengembangkan usaha berbasis potensi desa dengan memanfaatkan teknologi digital. Dengan adanya peningkatan keterampilan ini, diharapkan masyarakat dapat lebih mandiri dan tidak lagi bergantung secara penuh pada program pemerintah. Selain itu, digitalisasi UMKM juga diharapkan mampu menciptakan

multiplier effect terhadap peningkatan pendapatan keluarga dan penyerapan tenaga kerja lokal di Desa Karoya.

Pada akhirnya, kegiatan PKM ini memainkan peran strategis dalam mendukung pembangunan desa yang berkelanjutan, sekaligus menjadi bentuk kontribusi terhadap pengentasan kemiskinan dan pengurangan pengangguran di Kabupaten Kuningan. Dengan pendekatan pemberdayaan berbasis potensi lokal dan transformasi digital, masyarakat Desa Karoya diharapkan mampu membangun kemandirian ekonomi yang berkelanjutan (Prasetyo et al., 2021).

Metode

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan menekankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik masyarakat Desa Karoya yang memiliki potensi ekonomi lokal namun belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital. Dengan demikian, metode pelaksanaan disusun agar peserta tidak hanya memperoleh materi, tetapi juga mampu mempraktikkan, menginternalisasi, dan merencanakan tindak lanjut secara mandiri.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan proses persiapan melalui observasi lapangan dan analisis situasi Desa Karoya. Pada tahap awal ini, tim melakukan kunjungan ke lokasi mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat serta memetakan potensi ekonomi lokal yang dapat dikembangkan. Proses observasi dilanjutkan dengan diskusi mendalam bersama aparat desa, pelaku UMKM keripik ubi, dan beberapa warga yang telah memulai usaha rumahan. Hasil analisis situasi inilah yang menjadi landasan utama untuk merancang kegiatan pelatihan yang relevan dan sesuai konteks sosial ekonomi desa. Tahapan ini dilengkapi dengan penyusunan modul pelatihan yang disesuaikan dengan kemampuan awal peserta dan potensi lokal yang ingin dikembangkan. Materi dirancang agar mudah dipahami oleh peserta dengan latar belakang pendidikan beragam, sehingga pendekatan yang digunakan bersifat praktis dan aplikatif. Selain pengembangan modul, tahap persiapan ini juga mencakup koordinasi seperti penyediaan tempat pelatihan, perangkat pendukung, bahan praktik, dan alat peraga untuk kebutuhan simulasi usaha.

Tahapan kedua ialah Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan selama dua hari, tepatnya pada tanggal 5–6 Agustus 2025, bertempat di Balai Desa Karoya. Pada hari pertama, kegiatan dimulai dengan pemaparan tentang pentingnya pengelolaan potensi lokal desa melalui digitalisasi, diikuti dengan pengenalan konsep dasar pemasaran digital. Peserta kemudian diberikan pelatihan fotografi produk menggunakan telepon genggam, sehingga mereka dapat menghasilkan foto produk yang lebih menarik. Pelatihan *packaging* juga dilakukan pada hari pertama, dan peserta mempraktikkan kegiatan pengemasan ulang produk keripik ubi dengan menggunakan kemasan modern yang lebih estetik dan sesuai standar pasar digital. Antusiasme peserta terlihat dari kesediaan mereka mencoba berbagai model kemasan dan berlatih mengambil foto produk dari berbagai sudut. Pada hari kedua, kegiatan difokuskan pada praktik pemasaran digital berbasis marketplace. Peserta diarahkan untuk membuat akun toko daring, mengunggah foto produk, menuliskan deskripsi yang informatif, serta menentukan harga jual yang kompetitif. Proses ini dilakukan secara bertahap dan didampingi

langsung oleh tim fasilitator agar peserta dapat memahami langkah-langkah teknis dengan baik.

Tahap ketiga ialah evaluasi dan refleksi bersama seluruh peserta. Pada tahap ini, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pemahaman, pengalaman, dan kesulitan yang mereka temui selama kegiatan berlangsung. Fasilitator kemudian memberikan penguatan terhadap materi yang dianggap masih belum dipahami sepenuhnya. Selain itu, dibahas pula rencana tindak lanjut jangka pendek dan jangka panjang, termasuk komitmen peserta untuk mulai menerapkan pemasaran digital pada usaha masing-masing. Aparat desa juga menyatakan kesediaannya untuk menjadi mitra pendamping lokal, sehingga keberlanjutan kegiatan tidak hanya bergantung pada periode pelatihan tetapi juga dapat dilanjutkan melalui dukungan internal desa.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Karoya menunjukkan sejumlah hasil yang relevan dengan tujuan program, yaitu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memaksimalkan potensi lokal melalui pemanfaatan teknologi digital. Berikut merupakan dokumentasi pelaksanaan PKM di Desa Karoya.



Gambar 1 Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Hasil kegiatan ini diukur melalui luaran kegiatan setelah mengikuti rangkaian pelatihan selama dua hari yang berupa memiliki akun toko online, foto produk, dan desain kemasan modern. Berikut ini disajikan luaran pertama berupa peningkatan persentase jumlah pemilik akun toko online.

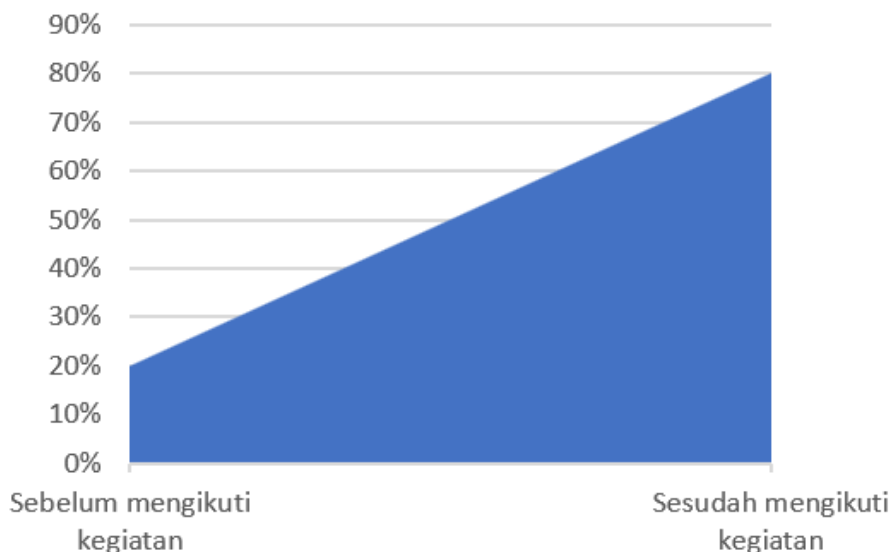
Persentase Jumlah Pemilik Toko Online



Gambar 2. Persentase Jumlah Pemilik Toko Online

Selain luaran berupa akun toko online, keterampilan praktik peserta juga mengalami perkembangan yang terlihat melalui kemampuan mereka dalam melakukan fotografi produk dan desain pengemasan modern. Berikut ini disajikan persentase peserta yang mampu menghasilkan foto produk yang memenuhi kriteria dan menghasilkan desain packaging yang modern.

Persentase Jumlah Peserta yang Mampu Menghasilkan Foto Produk yang Lebih Menarik dan Desain Packaging yang Modern



Gambar 3. Persentase Jumlah Peserta yang Mampu Menghasilkan Foto Produk yang Lebih Menarik dan Desain Packaging yang Modern

Selama sesi praktik, peserta belajar menggunakan perangkat sederhana seperti kamera telepon genggam untuk menghasilkan foto produk yang lebih menarik. Mereka mampu mengatur sudut pengambilan gambar, pencahayaan, dan latar belakang sehingga foto produk terlihat lebih profesional. Dokumentasi kegiatan menunjukkan bahwa peserta dapat menghasilkan foto yang jauh lebih baik dibandingkan sebelum pelatihan. Pada bagian packaging, peserta juga berhasil mempraktikkan teknik desain pengemasan ulang produk keripik ubi menggunakan kemasan modern seperti standing pouch kedap udara, menambahkan label produk, dan memperhatikan unsur estetika yang dapat meningkatkan nilai jual. Transformasi ini menjadi salah satu indikator keberhasilan program karena pengemasan yang baik merupakan salah satu kunci untuk menembus pasar digital.

Kemampuan peserta dalam memanfaatkan marketplace juga mengalami peningkatan yang signifikan. Pada hari kedua kegiatan, peserta diarahkan untuk membuat akun toko online, mengunggah foto produk, menuliskan deskripsi, serta menetapkan harga jual. Sebagian besar peserta yang sebelumnya belum pernah menggunakan marketplace kini telah berhasil membuat toko digital secara mandiri. Mereka mampu memahami langkah-langkah teknis seperti menentukan kategori produk, menyesuaikan harga dengan kondisi pasar, serta membuat deskripsi yang menarik. Selain itu, peserta mampu melakukan simulasi transaksi dan mengelola pesanan, termasuk memahami cara memproses pengiriman. Peningkatan keterampilan teknis ini menunjukkan bahwa masyarakat sudah siap memasuki ruang pemasaran digital asalkan ada pendampingan lanjutan untuk memastikan mereka tetap konsisten mengembangkan toko online tersebut.

Hasil lain yang dapat diamati adalah perubahan motivasi dan sikap peserta terhadap wirausaha. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi sepanjang kegiatan berlangsung. Para remaja yang sebelumnya tidak memiliki pandangan jelas mengenai peluang usaha mulai menunjukkan ketertarikan terhadap wirausaha berbasis digital. Ibu rumah tangga yang sebelumnya hanya menjual produk secara offline mengakui bahwa pelatihan ini membuka wawasan mereka tentang peluang penjualan online yang dapat dilakukan dari rumah dengan waktu yang fleksibel. Peningkatan motivasi ini penting karena penguatan sikap kewirausahaan merupakan faktor pendorong utama keberlanjutan program PKM, terutama pada masyarakat pedesaan yang masih menghadapi keterbatasan akses pasar.

Pelaksanaan kegiatan PKM ini juga memberikan dampak signifikan terhadap penguatan potensi lokal Desa Karoya. Produk keripik ubi yang selama ini diproduksi secara tradisional kini memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar digital setelah peserta memahami teknik repackaging yang lebih modern dan pemasaran online. Jika pengembangan ini dilakukan secara konsisten, UMKM keripik ubi berpotensi menyerap tenaga kerja lokal dan membantu mengurangi tingkat pengangguran di desa. Dampak ini selaras dengan tujuan program yang ingin membangun kemandirian ekonomi masyarakat sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap bantuan pemerintah, terutama dalam konteks kebijakan efisiensi multi-level yang diterapkan melalui Inpres Nomor 1 Tahun 2025.

Dari hasil pelaksanaan kegiatan, terdapat sejumlah keunggulan yang menunjukkan keberhasilan program. Pelatihan ini sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat karena secara langsung menanggapi permasalahan UMKM lokal yang belum memahami digitalisasi. Pendekatan praktis yang digunakan memudahkan peserta untuk memahami materi teknis, sehingga kemampuan peserta meningkat secara signifikan dalam waktu relatif singkat. Selain

itu, kegiatan ini memiliki keunggulan karena memberikan dampak langsung terhadap produk UMKM yang selama ini menjadi identitas desa, yakni keripik ubi. Dengan desain kemasan baru dan strategi pemasaran berbasis digital, produk tersebut kini memiliki nilai jual lebih kuat. Keberhasilan program juga terlihat dari adanya komitmen tindak lanjut dari aparat desa yang bersedia menjadi pendamping lokal sehingga keberlanjutan program dapat terjaga.

Namun demikian, kegiatan ini juga memiliki beberapa tantangan yang perlu diperhatikan untuk pelaksanaan program di masa mendatang. Waktu pelatihan yang terbatas dalam dua hari membuat beberapa materi lanjutan belum dapat disampaikan secara mendalam. Hal ini terutama dirasakan pada materi manajemen usaha yang membutuhkan lebih banyak waktu agar peserta benar-benar memahami praktik pencatatan keuangan dan pengelolaan stok secara terstruktur. Keterbatasan akses internet juga menjadi hambatan dalam simulasi transaksi, karena koneksi yang tidak stabil menyebabkan beberapa langkah teknis tertunda. Tantangan lain yang masih perlu perhatian adalah modal usaha yang terbatas untuk membeli kemasan modern secara rutin serta persaingan pasar yang cukup ketat di marketplace. Tanpa pendampingan jangka panjang, beberapa peserta dikhawatirkan mengalami kesulitan

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa kegiatan PKM di Desa Karoya memberikan kontribusi terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan digitalisasi untuk mengembangkan potensi lokal. Peningkatan keterampilan, perubahan motivasi, serta terbukanya peluang baru bagi UMKM menjadi landasan penting untuk keberlanjutan ekonomi desa. Namun keberhasilan jangka panjang tetap membutuhkan pendampingan lanjutan, konsistensi penerapan, serta dukungan kolaboratif dengan aparat desa dan pihak terkait agar masyarakat dapat terus mempraktikkan keterampilan yang telah diperoleh.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Karoya menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki potensi besar untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan potensi lokal, khususnya UMKM keripik ubi. Pelatihan selama dua hari berhasil meningkatkan pengetahuan peserta mengenai pemasaran digital, teknik fotografi produk, pengemasan modern, serta penggunaan marketplace sebagai sarana penjualan. Perubahan pengetahuan ini juga diikuti dengan peningkatan keterampilan praktis dan motivasi peserta untuk memulai atau mengembangkan usaha berbasis digital.

Transformasi tersebut berkontribusi langsung pada peningkatan kualitas produk lokal yang kini memiliki visual dan kemasan lebih menarik serta layak dipasarkan secara online. Hal ini membuka peluang bagi UMKM Desa Karoya untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat. Jika diterapkan secara berkelanjutan, hasil pelatihan ini berpotensi mendukung upaya pemerintah daerah dalam mengurangi kemiskinan serta pengangguran, terutama dalam konteks kebijakan efisiensi multi-level yang mendorong kemandirian ekonomi masyarakat..

Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan PKM di Desa Karoya, diperlukan adanya pendampingan lanjutan untuk memastikan keterampilan digital yang telah diperoleh peserta dapat diterapkan secara konsisten dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pendampingan ini tidak hanya mencakup aspek teknis penggunaan marketplace, tetapi juga perlu diperluas pada manajemen usaha sederhana seperti pencatatan keuangan, pengelolaan stok, penetapan harga, dan strategi pengembangan produk. Upaya pendampingan ini akan membantu memastikan bahwa transformasi yang dihasilkan dari pelatihan tidak berhenti pada tahap pengetahuan, tetapi berlanjut menjadi praktik yang berkelanjutan.

Selain pendampingan, pemerintah desa diharapkan dapat berperan aktif dalam menyediakan dukungan fasilitas, terutama terkait akses internet yang memadai dan sarana produksi yang dapat digunakan bersama. Pengadaan fasilitas pendukung tersebut penting agar UMKM desa dapat beroperasi secara optimal di era digital dan tidak terkendala oleh keterbatasan teknologi. Pemerintah desa juga dapat menyediakan program khusus pengembangan UMKM berbasis potensi lokal, termasuk memfasilitasi pemasaran produk melalui kegiatan desa, pameran, atau jejaring kerja sama dengan pihak lain.

Saran selanjutnya ditujukan kepada perguruan tinggi dan mitra akademik agar program PKM serupa dapat dilaksanakan secara berkesinambungan dengan cakupan materi yang lebih luas dan durasi pendampingan yang lebih panjang. Kehadiran perguruan tinggi sebagai mitra bukan hanya dalam bentuk pelatihan, tetapi juga monitoring dan evaluasi secara berkala sangat dibutuhkan untuk memaksimalkan dampak program. Dengan kolaborasi yang kuat antara masyarakat, pemerintah desa, dan institusi pendidikan tinggi, penguatan UMKM berbasis digital di Desa Karoya diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Kabupaten Kuningan Dalam Angka 2024*. <https://kuningankab.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/8763dcc03d580359c23dd9c9/kabupaten-kuningan-dalam-angka-2024.html>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik Indonesia 2025*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/8cfe1a589ad3693396d3db9f/statistik-indonesia-2025.html>
- Budiarti, L., Mellinia, S. P., Fadhila, L. S., Su'daa, S. N., Zaen, M. R., & Noviyanti, S. E. (2024). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(2), 435–453. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i2.21760>
- Deddy Junaedi, Mia Ananda, Yati Oktavia, Nur Isnin Wulandari, & Nur Fadila. (2024). Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan Bisnis UMKM. *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1(2), 119–124. <https://doi.org/10.62387/hatta.v1i2.64>

- Frans Sudirjo, Arief Yanto Rukmana, Hilarius Wandan, & Muhammad Lukman Hakim. (2023). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.134>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703>
- Prasetyo, A., Putrini, C., & Hartanto. (2021). *Pursuing Village SDGs Through Village Fund Management Accountability*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210629.060>
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Salam, A., & Imilda. (2024). Transformasi Digital UMKM Indonesia di Era Industri 5.0: Studi Kasus di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.63447/jmt.v1i1.772>
- Suparjiman, Iis Dewi Fitriani, Adi Pratama, Ahmad Nabil Quthb, Fakhri Fadhlurrahman, Iwan, F. S. D., Raden Achmad Muhammad Hisyam, Rani, Raquita Dibba, Santi Tria Mustika, Shintia Ledgeriana Hidyana, & Ziyana Dini Hunafa. (2024). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindangpanon. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 4(2), 391–398. <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i2.810>